



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*  
Anis Jamilah  
44215110114

Strategi *Public Relations* Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Pada  
PT. Denso Indonesia Indonesia

### ABSTRAK

Strategi *Public Relations* merupakan langkah awal dalam membangun dan mempertahankan citra yang positif bagi perusahaan atau organisasi terhadap publik internal maupun eksternal. Seperti yang dilakukan oleh *Public Relations* PT. Denso Indonesia dalam mengembalikan kepercayaan *customer* setelah terjadi *customer claim*. PT. Denso Indonesia merupakan perusahaan *join venture* penanaman modal asing antara Jepang dengan Indonesia dalam bidang industri manufaktur. Untuk mempertahankan citra perusahaan, terdapat beberapa strategi yang perlu dilakukan *Public Relations* PT. Denso Indonesia. Salah satu strategi yang digunakan adalah teori *Cultip & Center* (dalam Kasali dan Abdurachman) yaitu *Fact Finding, Planning, Communication, Evaluation*.

Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif menggunakan metode studi kasus. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Untuk mengetahui strategi komunikasi yang dibutuhkan informasi dan data-data dalam penelitian. Peneliti ini menggunakan jenis metode wawancara mendalam karena merupakan suatu strategi analisis mendalam dengan pokok masalah apa atau apakah, bagaimana atau mengapa. Subyek yang menjadi sumber informasi adalah pihak internal perusahaan PT. Denso Indonesia yang menjalankan fungsi *Public Relations*. Teknik pengumpulan data adalah melalui data primer yaitu observasi dan wawancara mendalam, sedangkan data data sekunder yaitu dokumen, company profile, buku, arsip dan lain-lain. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber yaitu dengan membandingkan data hasil wawancara dengan observasi.

Hasil penelitian ini membahas tentang tahapan strategi yaitu perumusan strategi. Dengan demikian, peneliti mampu memperoleh gambaran mengenai strategi *Public Relations* PT. Denso Indonesia dalam mempertahankan citra perusahaan.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi *Public Relations* PT. Denso Indonesia dapat diimplementasikan dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari jumlah peningkatan customer PT. Denso Indonesia di tahun berikutnya.

Kata kunci : *public relations, strategi public relations, citra*



Mercu Buana University  
faculty of Communication  
Field of Study Public Relations  
Anis Jamilah  
44215110114

Public Relations Strategies in Maintaining Corporate Image On  
PT. Denso Indonesia Indonesia

### **ABSTRACT**

Strategic Public Relations is the first step in building and maintaining a positive image for the company or organization against internal and external public. As performed by the Public Relations of PT. Denso Indonesia in restoring customer confidence after a customer claim. PT. Denso Indonesia is Companies joint venture foreign investment between Japan and Indonesia in the field of manufacturing industry, To maintain the image of the company, there are several strategies that need to be done Public Relations PT. Denso Indonesia. One strategy used is the theory Cultip & Center (in Kasali and Rachman) Fact Fanding ie, Planning, Communication, Evaluation.

This type of research is descriptive qualitative approach using case study method. This study uses a qualitative approach constructivism. To determine the communication strategy needed information and data in research. The researchers use this type of in-depth interviews for an in-depth analysis strategies with the subject matter of what or whether, how or why. The subjects were a source of information is the company's internal PT. Denso Indonesia which perform the function of Public Relations. Techniques of data collection is through primary data, observation and in-depth interview, while data on secondary data, documents, company profile, books, archives and others.

The results of this study discusses the strategy is the strategy formulation stage. Thus, the researchers were able to obtain an overview of strategies Public Relations PT. Denso Indonesia in maintaining the company's image.

The study concluded that the strategy of Public Relations of PT. Denso Indonesia can be implemented properly. It can be seen from the increased amount of customer PT. Denso Indonesia in the next year.

Keywords: public relations, public relations strategy, image