



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Public Relations  
Anisya Ulfa  
44215110026

Pengaruh *Event* “Lintasarta League” Dalam Perspektif Teori *Coordinated Management Of Meaning* Terhadap Citra Humas PT Lintasarta

Jumlah Halaman : xv + 99 Halaman

Bibliografi : 27 Acuan, Tahun 2004 - 2018

### ABSTRAK

Seiring dengan berkembangnya zaman dan semakin majunya teknologi membawa pengaruh pada perkembangan sistem atau konsep *public relations* (PR) yang akan digunakan perusahaan untuk meningkatkan citranya dibenak khalayak. Salah satu konsep PR yang telah berkembang ditengah masyarakat adalah *event*. Keuntungan menjalankan sebuah *event* adalah terjalannya komunikasi secara langsung dengan stakeholder serta dapat mengarahkan sebagian besar persepsi stakeholder terhadap opini publik pada perusahaan yang mengarahkan kepada citra positif perusahaan. Landasan teori yang digunakan yaitu komunikasi, komunikasi organisasi, komunikasi internal, *public relations*, *event*, *special event*, citra dan citra perusahaan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi karyawan PT Lintasarta terhadap kegiatan *event* Lintasarta League yang berbeda dari tahun – tahun sebelumnya. Menggunakan metode survey dengan teknik kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah para peserta *event* “Lintasarta League” yang berjumlah 92 orang.

Dari hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil bahwa *event* “Lintasarta League” mempunyai kontribusi sebesar 71,5% dalam upaya mempengaruhi citra HUMAS PT Lintasarta.

Berdasarkan penelitian, maka yang menjadi rekomendasi peneliti untuk pelaksanaan *event* yang diselenggarakan oleh PT Lintasarta adalah Tim *Public Relations* harus meningkatkan kreatifitas dalam menciptakan suatu tema – tema *event* Lintasarta League yang lebih sesuai dengan nilai – nilai perusahaan.

Kata Kunci : *event*, citra perusahaan, metode survei



Mercu Buana University  
Faculty Of Communication Science  
Major Of Public Relations  
Anisya Ulfa  
44215110026

The Influence of "Lintasarta League" Events in the Perspective of the Coordinated Management of Meaning Theory on the Public Relations Image of PT Lintasarta

Number of Page : xv + 99 pages

Bibliography : 27 References, 2004 – 2018

### ABSTRACT

Along with the development of the times and the advancement of technology has an influence on the development of systems or public relations (PR) concepts that companies will use to improve their image in the minds of the public. One of the public relations concepts that has developed in the community is event. The advantage of running an event is the establishment of direct communication with stakeholders and can direct most of the stakeholders' perceptions of public opinion on companies that lead to a positive image of the company. The theoretical foundation used is communication, organizational communication, internal communication, public relations, events, special events, corporate image and image.

The purpose of this study was to find out how PT Lintasarta employees' perceptions of Lintasarta League event activities were different from previous years. Using survey methods with quantitative techniques. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires. Respondents in this study were 92 participants of the "Lintasarta League" event.

From the results of research and data analysis that has been done, the results are obtained that the "Lintasarta League" event had a contribution of 71.5% in an effort to influence the image of PT Lintasarta's Public Relations.

Based on the research, the researchers' recommendation for the implementation of the event organized by PT Lintasarta is that the Public Relations Team must increase creativity in creating themes of Lintasarta League events that are more in line with company values.

Key word : *event, corporate image, survey method*