



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Christofer Erfrans
44216010147

Peran *Public Relations* Smartfren Dalam Upaya Mempertahankan Reputasi
Perusahaan
Bibliografi: 5 Bab 98 Hal + Lampiran + 17 Buku + 19 Internet

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan membuat banyak perusahaan penyedia jasa telekomunikasi yang saling berkompetisi untuk dapat dipercayai oleh publiknya. Salah satunya ialah Smartfren. Smartfren dalam pelaksanaannya berusaha untuk menarik lebih banyak publiknya, menjadi stakeholdernya. Dibutuhkan strategi yang efektif oleh tim PR Smartfren dalam mempertahankan reputasi yang positif dimata publiknya. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana peran PR Smartfren dalam upaya mempertahankan reputasi perusahaannya.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah peran *public relations* yaitu sebagai Teknisi Komunikasi, Penasihat Ahli, Fasilitator Komunikasi, dan Fasilitator Pemecah Masalah.

Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan adalah dengan wawancara mendalam terhadap pihak internal Smartfren yaitu *Senior Manager PR*, *Head of Community Development* Smartfren, dan pihak eksternal yaitu pengguna produk Smartfren, sebanyak tiga informan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PR Smartfren menjalankan setiap peran PR di Smartfren seperti Teknisi Komunikasi yaitu membuat press release dari perusahaan ke publik, peran Penasihat Ahli yaitu memantau pelaksanaan *campaign* Smartfren, peran Fasilitator Komunikasi yaitu menjadi perantara komunikasi antara *stakeholders* dan perusahaan serta menyingkirkan masalah diantara kedua pihak agar komunikasi tetap terbuka, dan terakhir peran Fasilitator Pemecah Masalah yaitu mencari solusi dalam permasalahan/*issue* agar dapat terselesaikan maupun mengkarantina masalah yang dapat berpotensi menjadi krisis. Bersama tim komunitas yang membantu dalam menyelenggarakan kegiatan CSR kepada target public smartfren sehingga reputasi baik Smartfren dapat bertahan dan membuat *stakeholders* tetap loyal kepada Smartfren.

Kata kunci: *Public Relations*, Peran *Public Relations*, Reputasi, Smartfren.



Name : Christofer Erfrans
Student ID : 44216010147
Faculty : Communication Science
Study Program : Public Relations
Title : Peran *Public Relations* Smartfren Dalam Upaya
Mempertahankan Reputasi Perusahaan
Bibliografi : 98 pages + attachment + 17 Books + 19 internet article

ABSTRACT

The rapid development has made many telecommunications service providers competing with each other to be trusted by the public. One of them is Smartfren. Smartfren in its implementation seeks to attract more publics and become its stakeholders. An effective strategy by the Smartfren PR team is needed in maintaining a positive reputation in the eyes of the public. Therefore, researchers are interested in knowing how the role of Smartfren's PR in an effort to maintain the company's reputation.

The theory used in this study is the role of public relations, namely as a Technician Communication, Expert Prescriber, Facilitator Communication, and Problem Solving Facilitator.

The type of research used is descriptive qualitative approach. The method used is in-depth interviews with Smartfren's internal parties, namely Senior Manager PR, Smartfren's Head of Community Development, and external parties, namely Smartfren's product users, as many as three informants.

The results of this study indicate that PR Smartfren carries out every role of PR in Smartfren such as Texting Communication that is making press releases from the company to the public, the role of the Expert Prescriber is running a Smartfren campaign, the role of the Facilitator Communication related to communication between stakeholders and the company which also helps solving problem, parties to keep communication open, and the final role of the Problem Solving Facilitator is to find a solution in the problem / problem so that it can be solved solving a problem that can be resolved into a crisis. Together with the community team that helps in CSR activities for the Smartfren target community can succeed Smartfren can survive and make the stakeholders remain loyal to Smartfren.

Keyword: Public Relations, The Role of Public Relations, Reputation, Smartfren.