



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Irza Ekawati
44212120064

Strategi *Community Relations* Dalam Mengokohkan *Brand Image* XL Xplor
Jumlah halaman 65 + 13 lampiran
Bibliografi 20 acuan, Tahun 2002-2014

ABSTRAK

Berkembangnya dunia telekomunikasi dan teknologi mendorong setiap perusahaan yang bergerak didalamnya untuk terus berinovasi menciptakan program-program yang dapat menarik perhatian konsumen. PT. XL Axiata menyadari pentingnya arti sebuah *Community Relations* melalui sebuah bentuk konkrit yakni XL Xplor yang berlokasi di Senayan City dan Central Park, sebuah wadah berkumpulnya *Community*/komunitas yang memiliki ketertarikan lebih terhadap informasi teknologi *Digital* dan MDS (*Mobile Data Service*) sehingga komunitas tersebut diberi nama *XL Xplor University*. Dimana *Community Relations* tersebut digunakan untuk mengokohkan *Brand Image* XL Xplor sebagai *Digital Lifestyle Center*.

Konsep teori yang digunakan adalah Komunikasi Organisasi, *Public Relations*, *Community Relations* dan *Brand Image* yang kemudian dijadikan peneliti sebagai acuan dalam analisis data penelitian. Metode yang digunakan yang digunakan penelitian adalah metode penelitian kualitatif.

Hasil penelitian ini membahas mengenai strategi *Community Relations* yang digunakan XL Xplor dalam mengokohkan *Brand Image* XL Xplor, Dengan demikian, peneliti dapat mampu menganalisa penerapan strategi tersebut didalam program yang dijalankan di XL Xplor.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi *Community Relations* yang dijalankan adalah melalui tiga pilar yakni *Enjoyment (activation*, melalui program-program yang dibuat, fasilitas, *network 4G Long Term Evolution*, *merchandise* dan *device accessories*), *experience* (melalui *tools device network application* untuk menghasilkan *good and great Experience*) dan *Engagement* (melalui *social media*, *sms blast*, *email* dan *website*). Ketiga pilar tersebut diwujudkan melalui Program *Community Relations* XL Xplor yang *relevan* dengan kebutuhan komunitas yakni teknologi *Digital* dalam rangka mengokohkan *Brand Image* XL Xplor sebagai *Digital Lifestyle Center*.

Kata Kunci: *Community Relations*, XL Xplor, *Enjoyment*, *Experience*, *Engagement* dan *Brand Image*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA