

## ABSTRAK

Nama : Zulaikha  
NIM : 44220120002  
Program Studi : Public Relations  
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi PT. Jaya Real Property Kepada Generasi Milenial Untuk Mempertahankan Reputasi (Studi Kasus Perumahan Graha Raya Bagi Generasi Milenial)  
Pembimbing : Dra. Diah Wardhani, M.Si

## ABSTRAK

Perumahan Graya Raya yang berada di bawah naungan PT. Jaya Real Property, menasar target market generasi milenial yang dikenal unik karakteristiknya. Serbuan informasi dari berbagai media, dengan berbagai tawaran menarik dari pesaing dan trik-trik memilih property yang menguntungkan di masa krisis, menjadi tantangan tersendiri. Tujuan penelitian untuk mengetahui mengenai strategi publikasi bagi generasi milenial untuk mempertahankan reputasi PT. Jaya Real Property.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Peneliti menggunakan paradigma post-positivistik. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dengan key informan, para informan, observasi, dokumentasi dan sumber literature yang relevan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. Jaya Real Property adalah dengan menetapkan tujuan komunikasi, menetapkan target sasaran informasi yaitu generasi milenial, mempelajari karakteristik target, menyusun perencanaan pesan, memilih media yang sesuai dengan target audience dan melakukan evaluasi terkait strategi yang ditetapkan. Perencanaan komunikasi disusun agar selaras dengan perencanaan manajemen yang terdiri dari perencanaan jangka pendek berupa pencapaian target penjualan pada target market yang ditentukan dan perencanaan strategis yaitu pemeliharaan reputasi perusahaan.

**Kata kunci: strategi komunikasi, komunikasi korporasi, generasi milenial**

## ABSTRACT

*Name* : Zulaikha  
*NIM* : 44220120002  
*Study Program* : Public Relations  
*Title of Undergraduate Thesis* : *Communication Strategy of PT. Jaya Real Property For Millennial Generation to Maintain Company Reputation (Case Study of Graha Raya Housing Area For Millennial Generation)*  
*Counselor* : *Dra. Diah Wardhani, M.Si*

*Graha Raya housing as a subsidiary business of PT. Jaya Real Property, targeting the millennial generation which is known for its unique characteristics. The onslaught of information from various media, with various attractive offers from competitors and tricks for choosing profitable property during times of crisis, is a challenge in itself. The aim of the research is to find out publication strategy for millennial generation to maintain reputation of PT. Jaya Real Property.*

*This research uses case study method with qualitative approach. The researcher uses post-positivistic paradigm. Data collection was undergo by performed technics of indepth interview with key informan and informan, observation, documentation and relevant literature sources.*

*The research results show that the communitation strategy carried out by PT. Jaya Real Property is by setting communication goals, setting the millennial generation as information target, researching target characteristics, preparing message plans, choosing media that suits the target audience and carrying out evaluationrelated to the determaind strategy. Communication planning is prepared to be in line with management planning which consists of short-term planning in the form of achieving sales targets in the specified target market and strategic planning in order to maintain the company's reputation.*

***Keywords: communication strategy, corporate communication, millennial generation***