



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Public Relations  
Puspa Oktaviani  
44213010007

### **Aplikasi Model Perencanaan Komunikasi Pada Program Publikasi Kompasiana.Com Tahun 2015**

Jumlah halaman : (i-xii + 83 halaman + Lampiran + Riwayat Hidup)  
Bibliografi : (23 Acuan, tahun 2002-2013)

#### **ABSTRAKSI**

Hasil dari sebuah program komunikasi, pada dasarnya diawali oleh perencanaan yang matang di bidang komunikasi. Perencanaan yang baik, tepat, akurat akan mendorong implementasi program komunikasi yang optimal. Sebagaimana kita ketahui bahwa saat ini adalah “era komunikasi”, konsekuensinya, selalu dibutuhkan perencanaan yang matang untuk program komunikasi agar membawa dampak optimal untuk organisasi, publik, maupun kepentingan bisnis menuju ke arah yang lebih baik.

Menurut Cangara dalam bukunya Perencanaan dan Strategi Komunikasi, perlu diketahui bahwa terdapat 7 langkah dalam penggunaan model ini, yaitu Identifikasi Target Khalayak (*audience*), Penetapan Tujuan, Penyusunan Pesan, Tindakan Untuk Mencapai Khalayak, Pemilihan Media, Pembuatan Rencana Komunikasi, dan Evaluasi.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif, dengan sifat penelitian deskriptif-kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dipilih oleh peneliti adalah wawancara mendalam yang dilakukan kepada 3 narasumber yang berkompeten dibidangnya.

Dari hasil penelitian menunjukkan ke tujuh langkah perencanaan komunikasi terimplementasi secara baik namun terdapat beberapa proses yang belum maksimal pengaplikasiannya. Kompasiana bergerak di media digital online yang pergerakan informasinya sangat cepat harusnya dapat dimanfaatkan secara maksimal sebagai sarana publikasinya.