



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercubuana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Dessy Widianty Kusnadi
44210110078

Peran PR PT. Supra Primatama Nusantara (Biznet Networks) Jakarta dalam membangun citra (Studi deskriptif: sponsorship “ Biznet Bali International Triathlon 2012”)

Jumlah halaman : x + 94 halaman + 5 lampiran

Bibliografi : 16 acuan, Tahun 1990 – 2012

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran PR PT. Supra Primatama Nusantara (Biznet Networks) dalam membangun citra (Studi Deskriptif : Sponsorship “Biznet Bali International Triathlon 2012). Penelitian ini ingin mengupas mengenai apa saja peran PR dalam membangun citra perusahaan melalui kegiatan PR melalui sponsorship kegiatan “Biznet Bali International Triathlon 2012”.

Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Subjek internal dalam penelitian ini adalah tim marketing Biznet Networks yang terdiri dari tim *Marketing Communications*, *Corporate Communications*, *Marketing Event* dan *Branch* Bali. Untuk Subjek Eksternal adalah customer Biznet Networks yang diundang untuk ikut perlombaan Triathlon dan juga beberapa peserta dari eksternal salah satunya peserta lomba dari Australia, yang dapat memberikan informasi yang relevan dan sesuai dengan karakteristik berdasarkan pertimbangan tertentu.

Hasil penelitian ini membahas mengenai peran PR dalam meningkatkan citra perusahaan melalui kegiatan PR salah satunya melalui *sponsorship*. Kegiatan PR yang dilakukan disesuaikan dengan tujuan perusahaan supaya kegiatan tersebut menjadi kegiatan yang efektif. Tujuan utama dari kegiatan sponsorship ini adalah Biznet Networks ingin membuat publikasi di luar kota khususnya Bali dalam rangka ekspansi jaringan internet di Bali dan ingin khalayak merasakan secara langsung kualitas dari internet Biznet.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa peran PR dalam meningkatkan citra perusahaan sangat efektif. Dan sponsorship adalah salah satu kegiatan yang tepat karena bisa mendapatkan publikasi secara besar-besaran dan mencakup khalayak yang spesifik selama kegiatan berlangsung.

ABSTRACT

This study aims to determine the role of PR PT. Supra Primatama Nusantara (Biznet Networks) in building the image (Descriptive Study: Sponsorship "Biznet Bali International Triathlon 2012"). This study wants to explore about what the role of PR in building the company's image through public relations activities through sponsorship activities "Biznet Bali International Triathlon 2012".

The research uses descriptive qualitative research method. Internal Subjects in this study were Biznet Networks marketing team consisting of a team of Marketing Communications, Corporate Communications, Event Marketing and Branch Bali. For External subject is customer Biznet Networks are invited to participate in Triathlon race and also some participants from the external one race participants from Australia, which can provide information that is relevant and appropriate to the characteristic based on certain considerations.

Results of this study discusses the role of PR in improving the company's image through public relations activities such as through sponsorship. PR activities undertaken customized with company objectives proficiency level so that the activities become effective activity. The main purpose of this sponsorship activity is Biznet Networks wants to make publicity outside the city, especially Bali in order to expand the Internet network in Bali and wanted the audience to feel directly the quality of Biznet Internet.

The study concluded that the role of PR in improving the company's image is very effective. And sponsorship is one of the activities are appropriate because it can get massive publicity and include specific audiences during the activity.