

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMBANGUN CITRA
PERUSAHAAN MELALUI *PLANT VISIT* DI PT KRAKATAU STEEL (PERSERO)
TBK PADA TAHUN 2020

Oleh
Nimas Dita Kusuma Dewi
18072204

ABSTRAK

Membangun citra publik yang positif merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan. Citra baik akan sangat menguntungkan bagi perusahaan itu sendiri, sebaliknya citra buruk akan merusak keberhasilan perdagangannya. Citra positif dari sebuah perusahaan akan tercapai apabila *public relations* dalam perusahaan mampu melakukan komunikasi dengan efektif, baik secara individu maupun di tingkat perusahaan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi *public relations* dalam membangun citra perusahaan di PT Krakatau Steel melalui kegiatan *plant visit*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini adalah karyawan divisi *Corporate Communication* pada unit kerja *External Communication* di PT Krakatau Steel. Penelitian ini menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *public relations* dalam membangun citra perusahaan di PT Krakatau Steel melalui kegiatan *plant visit* sepenuhnya mengacu pada pendekatan manajerial. Melalui kegiatan *plant visit*, para tamu kunjungan mendapatkan informasi yang diharapkan sesuai dengan materi yang disampaikan oleh *Public Relations External*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa informasi atau pesan yang diperoleh dari kegiatan *plant visit* bisa memberikan kesan atau tanggapan positif terhadap PT Krakatau Steel.

Kata kunci: strategi *public relations*, citra perusahaan, *plant visit*, PT Krakatau Steel

*PLANT VISIT AS A PUBLIC RELATIONS STRATEGY ON FOSTERING THE
CORPORATE IMAGE OF PT KRAKATAU STEEL IN 2020*

By

Nimas Dita Kusuma Dewi

18072204

ABSTRACT

Fostering a positive public image for a company is crucial. A reputable image of a company will be exceedingly valuable for the company itself, quite the reverse, a faulty image will damage the success of its commerce. A good and untarnished image can only be attained if the public relations in the company can perform effective communication in both ways, individually and at the corporate level. This study aims at finding out how the plant visit activity is engaged as a public relations strategy in fostering the corporate image of PT Krakatau Steel. This study employed a descriptive qualitative method. The employees of the Corporate Communication division of the External Communication unit at PT Krakatau Steel were involved as the subject of the study. Interviews, observation, documentation, and literature review were used as data collection techniques. The result revealed that plant visit activity as a public relations strategy in fostering the corporate image of PT Krakatau Steel entirely relied on the managerial approach. The visitors were able to obtain the information needed in accordance with the subject delivered by the Public Relations External. To conclude, the information acquired by the visitors during the plant visit activity can provide a positive and satisfying impression or perception towards PT Krakatau Steel.

Keywords: *public relations strategy, corporate image, plant visit, PT Krakatau Steel*