

## ABSTRAK

### ***Azzam Habib Alfath : Manajemen Pembentukan Citra Perusahaan Melalui Kegiatan Kunjungan Industri (Studi Kasus Kegiatan Kunjungan Industri yang Dilakukan oleh Humas PT. Pindad (Persero))***

PT. Pindad (Persero) merupakan salah satu BUMN yang memproduksi Alat Utama Sistem Persenjataan (Alutsista) Republik Indonesia. PT. Pindad (Persero) melaksanakan kegiatan Kunjungan Industri. Tujuan pelaksanaan kegiatan Kunjungan Industri ini merupakan salah satu bentuk metode penyampaian informasi kepada masyarakat luas (publik eksternal) tentang perusahaan, dengan cara memperlihatkan bentuk fisik perusahaan. Mempersilakan kepada masyarakat luas untuk melihat sebagian fasilitas produksi yang ada di PT. Pindad (Persero). Dibarengi dengan pelayanan yang baik, diharapkan dalam benak masyarakat akan tumbuh penilaian positif atau citra positif terhadap perusahaan.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui proses manajemen *public relations* yang dilakukan oleh Departemen Komunikasi Korporat, PT. Pindad (Persero). Yaitu proses manajemen *four step PR (fact finding, planning and organizing, actuating and communicating* serta *evaluating the program*) dalam pelaksanaan kegiatan Kunjungan Industri. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi kasus, dengan menggunakan paradigma konstruktivisme, melalui pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara empat informan dan analisis hasil wawancara dan temuan observasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, dalam tahap *fact finding*, Departemen Komunikasi Korporat mencari informasi yang mendasari maksud dan tujuan kedatangan calon tamu Kunjungan Industri. Sehingga dalam tahapan kedua, *Planning and organizing* dapat dilakukan sebuah perencanaan yang tepat untuk melayani tamu Kunjungan Industri ke PT. Pindad (Persero). Juga memperjelas alur pengorganisasian yang sesuai dengan *job description* setiap staf Departemen Komunikasi Korporat. Pada tahapan *actuating and communicating*, pelaksanaan Kunjungan Industri dilaksanakan sesuai dengan perencanaan yang telah dilakukan sebelumnya, memposisikan Wakil Sementara Kepada Departemen Komunikasi Korporat sebagai pucuk koordinasi staf Departemen Komunikasi Korporat. Tahapan terakhir, yaitu *evaluating the program* dilakukan dengan menyebarkan *questioner* kepada tamu Kunjungan Industri (tamu biasa) yang nantinya akan di olah langsung oleh Wakil Sementara Kepada Departemen Komunikasi Korporat. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Departemen Komunikasi Korporat PT. Pindad (Persero) telah melaksanakan fungsi manajemen dengan cukup baik dan rapi. Sehingga tujuan pelaksanaan kegiatan Kunjungan Industri tercapai.

**Kata Kunci : Manajemen, Citra, Kunjungan Industri**