

## ABSTRAK

**Anjar Martiana.** Strategi Membangun Citra Melalui Program Edu Wisata Batik (Studi Kasus pada Divisi *Public Relations* Rumah Batik Komar)

Suatu perusahaan memerlukan *Public Relations* untuk dapat mencapai tujuan perusahaan. Mengokohkan citra sebuah perusahaan diperlukan strategi dan pendekatan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan dapat menembus tujuan utama perusahaan. Tetap eksis dalam melakukan bisnis di tengah persaingan yang cukup ketat terutama antar *competitor*, tidak terlepas dari kegiatan seorang *Public Relations* yang dianggap memegang peranan yang sangat krusial dalam mengokohkan sebuah citra itu sendiri. Sebagai perusahaan pengrajin dan penghasil kain batik yang sudah lama berdiri, maka Rumah Batik Komar perlu meningkatkan citra perusahaan demi tetap eksisnya di antara pesaing.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan tentang Strategi Membangun Citra Melalui Program Edu Wisata Batik, yang terdiri dari tiga rangkaian kegiatan yang menjadi strategi membangun citra perusahaan. Yakni pengenalan identitas perusahaan, kegiatan edukasi, dan kegiatan wisata. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi kasus. Penelitian ini mengangkat keunikan program perusahaan yang berbeda dengan perusahaan lainnya. Pada penelitian ini hanya memaparkan gejala-gejala sosial yang ada saja. Teknik pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara, dan analisis dokumen. Wawancara yang dilakukan pada penelitian ini kepada empat informan, yaitu Direktur Utama Rumah Batik Komar, Direktur Rumah Batik Komar, *Public Relations Officer* Rumah Batik Komar, dan Kepala Produksi Rumah Batik Komar.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Membangun Citra yang dilakukan oleh Rumah Batik Komar adalah melalui program Edu Wisata Batik yang terbagi menjadi tiga rangkaian kegiatan. Yang pertama, pengenalan identitas perusahaan, yang mana *Public Relations Officer* Rumah Batik Komar menjelaskan sejarah singkat, visi misi, struktur organisasi, sumber daya manusia, dan prestasi yang pernah diraih. Kegiatan pengenalan identitas perusahaan ini dapat dikategorikan menjadi pengenalan identitas fisik dan pengenalan identitas non-fisik. Kedua, kegiatan edukasi sebagai upaya dalam menanamkan nilai-nilai falsafah batik dan melatih kesabaran melalui pelatihan membatik. Ketiga, kegiatan wisata yang terdiri dari *tour* ke tempat produksi dan *tour showroom* Rumah Batik Komar. Strategi Membangun Citra Melalui Program Edu Wisata Batik ini dirasakan cukup efektif dalam mengenalkan perusahaan kepada masyarakat, sehingga cukup efektif dalam membangun citra Rumah Batik Komar.

### **Kata Kunci**

(Strategi, Citra, Identitas Perusahaan, Edukasi, Wisata)