

## ABSTRAK

**Dinda Nur Fauziah.** *Manajemen Citra pada Perusahaan PT Len Industri (Persero)*

Public Relations dapat membantu manajemen di mana dari setiap fungsi manajemen memiliki tujuan untuk organisasi atau perusahaannya. Tujuan organisasi bagi *public relations* adalah membentuk citra perusahaan. Mewujudkan tercapainya citra positif menjadi salah satu peran *public relations* di mana *public relations* bertindak untuk mengevaluasi pendapat masyarakat terhadap perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana humas perusahaan melakukan kegiatan pembentukan citra pada aspek dan target yang berbeda-beda : melalui pameran, melalui CSR dan melalui kunjungan industry.

Penelitian ini didasarkan pada asumsi konsep manajerial yang digunakan oleh humas, yaitu konsep manajemen *public relations* dari Cutlip, center and Broom dimana proses PR sepenuhnya mengacu kepada pendekatan manajerial. Prosesnya terdiri fact finding, palnning, communication dan evaluation.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis data kualitatif , yaitu metode yang menggambarkan proses operasional PR di komunikasi korporasi PT Len Industri (Persero) kemudian menganalisis dan menyimpulkan proses tersebut. Data diperoleh melalui kepustakaan, observasi dan wawancara langsung an dokumentasi.

Penelitian ini menggabungkan konsep manajemen menurut Robbins, Stoner dan konsep pembentukan citra menurut Soemirat, Adrianto. Dalam konsep manajemen tersebut fungsi manajemen dalam perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian seluruhnya berakhir pada tujuan organisasi. Sedangkan konsep pembentukan citra menyebutkan bahwa setiap kegiatan *public relations* seluruhnya adalah untuk membentuk citra perusahaan. Dengan adanya kegiatan pameran, CSR dan kunjungan industry, maka publik akan mengetahui identitas perusahaan yang nantinya akan membentuk citra bagi PT Len Industri (Persero). Dalam penelitian ini menggunakan beberapa tahapan menurut Cutlip, Center and Broom

Penelitian ini menemukan bahwa, manajemen tiap kegiatan memiliki target berbeda, setiap kegiatan menyesuaikan visi misi perusahaan, dalam pameran perusahaan aspek utama kepuasan pelanggan, melalui CSR perusahaan aspek utama yaitu kewajiban perusahaan kepada *stakeholder* menggunakan konsep yang sesuai lini bisnis renewable energi, dalam kunjungan industry perusahaan memenuhi keingintahuan dari para pelajar dan mahasiswa sebagai perusahaan yang memiliki inovasi teknologi yang tinggi.

Kata Kunci: Manajemen, *Public Relations*, Citra, Pameran, CSR, Kunjungan Industri