

ABSTRAK

Nur Indah Fajarwati, B06207096,2013,*Komunikasi Public Relation dalam Membangun citra Perusahaan dikalangan Publik Internal Study PT. Radar Media Surabaya*. Skripsi program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya

Kata Kunci: Komunikasi *Public Relation*, Pembangunan Citra

Terdapat 1 fokus penelitian yang hendak dikaji dalam skripsi ini, yaitu apa saja bentuk-bentuk komunikasi yang digunakan PR untuk membangun citra perusahaan dikalangan publik internal.

Untuk mengungkapkan persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakanlah metode deskriptif yang berguna untuk memberi fakta dan data mengenai komunikasi yang digunakan PR dalam membangun citra perusahaan di PT.Radar Media Surabaya, kemudian data tersebut dianalisis secara kritis dengan dasar pemikiran teori John Nimpoene yang dikenal dengan teori citra.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa perusahaan tidak mudah untuk menerima karyawan, dibutuhkan beberapa tes agar bisa lolos dari penerimaan karyawan antara lain kelengkapan persyaratan, tes tulis dan tes psikis. Sedangkan untuk pembangunan citra buat karyawan diawali dengan pengenalan perusahaan yang kemudian setelah karyawan tersebut sudah lama bekerja, karyawan akan diajak untuk mereshuffle pemikiran mereka tentang citra perusahaan seperti pada awal mereka masuk.

Bertitik tolak dari penelitian ini, beberapa saran yang diperkirakan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menyusun pembentukan citra adalah yang lebih baik lagi, dengan harapan agar perusahaan tersebut semakin berkembang dari hari-hari sebelumnya, adalah (1) diharapkan PT. Radar Media Surabaya lebih meningkatkan kinerja kerja yang dimilikinya untuk mengembangkan citra perusahaan yang lebih baik lagi dari tahun sebelumnya dan (2) PT. Radar Media Surabaya semakin menjalin hubungan baik dengan karyawan ataupun pimpinan.