

## ABSTRAK

AMANDA DESSY UTAMI. 1204110003. Peran Hubungan Masyarakat pada divisi Corporate Communications PT Telkomsel Regional Jawa Barat pada publikasi produk Loop.

Penelitian berawal dari ketertarikan penulis terhadap produk Loop Telkomsel dan Loop *Station* karena satu tahun terakhir menarik perhatian pengguna kartu selular kalangan muda terutama pada pemberitaan di media lokal cetak dan elektronik. Loop merupakan penggantian merek dari simPATI Loop. Pengemasan pemberitaan dan publikasi di media lokal cetak dan elektronik yang intensitas cukup sering dan langsung memiliki jumlah pengguna yang banyak dari pendeknya rentang waktu setelah peluncuran produk Loop dikarenakan peran Humas atau *Corporate Communications* Telkomsel khususnya di Regional Jawa Barat, penulis merasa perlu adanya penjabaran mengenai peran Humas atau *Corporate Communications* dengan memperhatikan aspek internal dan eksternal sebelum melakukan publikasi produk Loop. Sehingga menjadi jelas bagaimana perusahaan menerapkan peran Humas atau *Corporate Communications* pada publikasi produk Loop dan pesan komunikasinya sampai di masyarakat.

Untuk mengetahui hasil penelitian ini, penulis merumuskan masalah yaitu, bagaimana peran *Corporate Communications* yang bersifat internal perusahaan meliputi riset, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi serta yang bersifat eksternal perusahaan meliputi cara publikasi yang dilakukan *Corporate Communications* PT Telkomsel khususnya di Regional Jawa Barat pada publikasi produk Loop.

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif dengan model induksi. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data Primer: data yang diperoleh dari rekaman wawancara dengan pak Indra Prayoga selaku *Supervisor Corporate Communications* dan pengamatan langsung di lapangan yang berada di kantor Telkomsel Regional Jawa Barat. Jenis data Sekunder: data yang diperoleh dari studi kepustakaan, informasi media massa. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori Humas Rosady Ruslan dan Publikasi Danandjaja. Objek penelitian ini dalam penelitian ini adalah kantor PT Telkomsel Regional Jawa Barat yang berlokasi di Jalan Soekarno Hatta No. 707.

Berdasarkan peran *Corporate Communications* PT Telkomsel Regional Jawa Barat pada publikasi produk Loop yang kemudian dianalisis peran yang bersifat internal dan eksternal mengenai riset, perencanaan, pelaksanaan, komunikasi dan jenis publikasi apa yang digunakan, kesimpulan yang diperoleh dari penelitian tersebut adalah: dalam peran *Corporate Communications* yang dianalisis, yang bersifat internal yaitu meliputi proses tahapan riset yaitu dengan melihat momentum dan marketing intelegen, pada proses perencanaan yaitu dengan menyiapkan berita dan tempat lalu membina wartawan, pada proses pelaksanaan yaitu dengan membuat advertorial di media cetak, melakukan publikasi di radio lokal, dan mengkomunikasikan produk Loop kepada komunitas anak muda, pada proses evaluasi yaitu dengan memantau pemberitaan di media cetak termasuk keluhan pelanggan. Jenis publikasi yang digunakan *Corporate Communications* PT Telkomsel Regional Jawa Barat untuk mempublikasikan produk Loop yaitu keseluruhan kecuali Publisitas Finansial karena hanya dilakukan oleh otoritas keuangan Telkomsel yang berpusat di Jakarta.

Kata kunci: *Corporate Communications*, Internal Publikasi, Eksternal Publikasi