

Abstrak

Public Relations (PR) memiliki peran penting bagi suatu perusahaan atau organisasi antara publik internal dan publik eksternal. *Event* merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh beberapa perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. merupakan perusahaan penyedia jasa layanan telekomunikasi dan jaringan di wilayah Indonesia yang terkenal di Asia Tenggara. *Event* internal sebagai salah satu strategi PR Telkom adalah *Event* Undian IndiHome. *Event* Undian IndiHome merupakan bentuk apresiasi Telkom terhadap pelanggan setia yang sudah menggunakan layanan dan produk IndiHome.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana proses strategi PR Telkom *Event* Undian IndiHome. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan cara mengumpulkan data-data yang aktual berdasarkan dari hasil wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Paradigma penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Teori yang digunakan adalah Strategi *Public Relations* menurut Cutlip, Center, & Broom (2006:319).

Peneliti menarik kesimpulan bahwa terdapat strategi PR yang dilakukan Telkom Regional III Jawa Barat dalam menyelenggarakan *event*, yaitu (1) melakukan analisis situasi yang berdasarkan analisis internal dan eksternal, (2) TREG 3 melakukan perencanaan dan program dengan melakukan riset untuk menentukan target sasaran dan strategi komunikasi kepada khalayak, (3) tindakan/aksi komunikasi yang dilakukan TREG 3 mengkomunikasikan melalui media promosi digital dan konvensional, dan (4) TREG 3 melakukan evaluasi dengan penilaian dari kritik dan saran yang diberikan oleh unit yang bersangkutan untuk dijadikan perbaikan pada *Event* Undian IndiHome selanjutnya.

Kata Kunci: Strategi *Public Relations*, *Event*, Undian IndiHome.