

## ABSTRAK

Persaingan bisnis yang ketat, mengharuskan pihak manajemen untuk menjaga *corporate image* agar tetap positif di mata publik karena hal tersebut merupakan aset tak terlihat yang sangat berharga bagi kemajuan sebuah perusahaan. PT SidoMuncul sebagai sebuah perusahaan jamu unggulan dan ternama di Indonesia yang berdiri semenjak tahun 1951 berhasil menarik keingintahuan masyarakat untuk mengenal lebih jauh PT SidoMuncul. Program *company visit* menjadi jawaban atas permintaan masyarakat yang digunakan oleh PR (*Public Relations*) SidoMuncul sebagai program yang bertujuan membangun *corporate image*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran dan efektifitas program *company visit* dalam membangun *corporate image* PT SidoMuncul. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Sedangkan teknik analisa datanya menggunakan analisis interaktif (reduksi data, sajian data, penarikan kesimpulan atau verifikasi). Kesimpulan yang ditarik mengenai penelitian ini bahwa program *company visit* PT SidoMuncul memiliki peranan dalam membangun *corporate image*. PT SidoMuncul melalui visi perusahaan menggambarkan citra yang diinginkan sebagai industri jamu yang dapat memberikan manfaat pada masyarakat dan lingkungan. Berdasarkan pada konsep “*knowing is believing, seeing is believing*” program ini berperan dalam menggiring persepsi publik atas yang dilihat dan diketahui langsung sebagai pembentukan citra perusahaan. Keefektifan program ini dapat dilihat dari adanya perubahan opini dan perspektif masyarakat sebelum dan sesudah mengikuti *company visit* yang dibuktikan melalui buku tamu yang diisi oleh peserta *company visit* dan hasil observasi. Penulis melihat adanya peran lain dari pelaksanaan *company visit* yaitu bentuk aksi antisipasi dari isu-isu yang berkembang seputar produk PT SidoMuncul yang dapat menghancurkan citra perusahaan, Tim PR dapat sekaligus melakukan klarifikasi atas isu yang berkembang di masyarakat saat sesi akhir pelaksanaan *company visit* PT SidoMuncul.

## **ABSTRACT**

A very tight business competition requires the management to maintain the corporate image in order to stay positive in public because it is an invisible asset that is very valuable for the development of a company. PT SidoMuncul as a leading and reputable herbal medicine company in Indonesia which stands since 1951 has succeeded attract public curiosity to know more about PT SidoMuncul. Company Visit Program be the answer to public demand that used by Sidomuncul's PR (*Public Relations*) as the program that is aimed to building corporate image. The purpose of this research is to determine the role and effectiveness of the Company Visit Program in building the Corporate Image of PT SidoMuncul. The method used in this research is qualitative descriptive. The data collection techniques which are used are interviews, observation, documentation, and literature. While the data analysis technique is using interactive analysis (data reduction, data presentation, inference or verification). Conclusions drawn in this research is that the Company Visit PT SidoMuncul has a role in building Corporate Image. PT SidoMuncul through the company vision describing the wish image of that which is desirable as a herbal medicine company that could be beneficial to the society and environment. Based on concept of "Knowing is Believing, Seeing is Believing", this program lead the role in public perceptions of being seen and known directly as the establishment of the corporate image. The effectiveness of this program can be seen from the changes of opinion and society perspective before and after parcitipating Company Visit which is proven by the guest book that is filled by the participant of the Company Visit and the observation result. The writer sees an other role from the implementation of company visit, that is the anticipation action form of the issues surrounding the PT SidoMuncul's products that can destroy the corporate image. PR team also can clarify the growing issues in public at the last session of PT SidoMuncul's Company Visit implementation.