

ABSTRAK

Strategi Komunikasi Divisi Hupmas PT Pertamina Geothermal Energy Dalam Membangun Kesadaran *Stakeholders* Tentang Citra Perusahaan

**Oleh :
Devi Indrayani
NIM : 153100166**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi program kerja hupmas serta untuk mengetahui citra yang ingin dibangun oleh PT Pertamina Geothermal Energy. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi serta melalui literatur berupa buku, internet, foto, dan dokumen. Hasil penelitian pada penelitian ini menunjukkan bahwa, program yang disusun oleh hupmas terdiri dari dua program yaitu internal yang terdiri dari rakor dan pelatihan kehumasan, pengelolaan website dan revisi film comprof, membuat sisipan berita di media Pertamina serta membuat kalender, agenda dan kartu ucapan, serta program eksternal terdiri dari CSR, publikasi eksternal, press visit media nasional dan lokal, sponsorship, dan pameran. Dari penelitian ini terjawab juga, bahwa dengan di buatnya program kerja tahunan yang melibatkan karyawan perusahaan dalam hal ini *stakeholders*, secara tidak langsung membuat para karyawan akhirnya sadar bahwa program-program yang dibuat oleh hupmas sebenarnya memiliki tujuan penting untuk membentuk citra perusahaan sebagai *World Class Geothermal Energy Enterprise*. Dengan telah adanya kesadaran ini, akhirnya mengantarkan perusahaan meraih penghargaan tinggi seperti PROPER Emas. Kesimpulan dari penelitian, strategi merupakan langkah penting jika perusahaan ingin memperlihatkan kualitas dan kelebihannya dengan tetap menjaga komunikasi yang baik dengan para karyawan agar kesadaran mereka membantu perusahaan membentuk citra dapat terealisasi dengan baik.

ABSTRACT

Communication Strategy Division Hupmas PT Pertamina Geothermal Energy Stakeholders In Building Awareness About Company Image

**By :
Devi Indrayani
NIM : 153100166**

This study aims to identify hupmas work program and to know that the image is to be built by PT Pertamina Geothermal Energy . The method used is descriptive qualitative , with data collection through interviews , observation , and through the literature in the form of books , internet , photos , and documents . Research results in this study show that , compiled by hupmas program consists of two programs that consist of internal coordination meetings and training of public relations , website management and revision comprof movie , made news in the media inserts Pertamina and make calendars , agendas and greeting cards , as well as external program consists of CSR , external publications , press visit national and local media , sponsorship , and exhibitions . From this study missed too , that with in her annual work program involving employees of the company in this regard stakeholders , indirectly making the employees finally realized that programs created by hupmas actually have an important goal to establish a corporate image as a World Class Geothermal Energy Enterprise . With the existence of this awareness , ultimately delivering high award winning company like PROPER Gold . In conclusion , the strategy is an important step if the company wants to show the quality and benefits while maintaining good communication with employees in order to help companies establish their awareness can be realized with a good image .