

ABSTRAK

Community Relations yang dilakukan Oleh Departemen *Marketing Public Relations* TRANS7 merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan dalam rangka membina hubungan baik dengan masyarakat luas. Program *community relations* dilakukan dengan berbagai cara salah satunya adalah dengan menjalin hubungan baik dengan calon penonton program acara di TRANS7. Program acara tersebut salah satunya adalah Opera Van Java yang pada setiap tayangannya mampu menyedot berbagai kalangan penonton dan komunitas untuk datang menonton langsung. Untuk itu penting sekali bagi TRANS7 untuk membina hubungan baik dengan calon penonton tersebut dan mensosialisasikan prosedur yang benar untuk menonton Opera Van Java. Penelitian ini mengambil rumusan masalah tentang siapa sajakah sasaran komunikasi program acara Opera Van Java dan bagaimanakah segmentasinya, serta bagaimana *community relations* yang dilakukan oleh TRANS7 untuk mensosialisasikan prosedur untuk menonton Opera Van Java dan bagaimana menjalin hubungan baik dengan komunitas tersebut. Selain itu juga untuk mengetahui faktor-faktor apa yang menjadi menghambat dalam melakukan sosialisasi.Jenis penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah Penelitian Kualitatif Deskriptif. Peneliti menggunakan teknik triangulasi untuk menguji keabsahan data. Data diperoleh melalui observasi, wawancara dan studi pustaka kemudian dianalisis berdasarkan fakta dan diinterpretasikan dengan teori yang digunakan untuk menarik kesimpulan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap beberapa sumber.Hasil penelitian menunjukan bahwa *Community Relations* yang dilakukan oleh TRANS7 cukup baik dalam menjalin hubungan dengan calon penonton Opera Van Java, namun untuk sosialisasi prosedur yang benar untuk menonton program acara Opera Van Java hendaknya di evaluasi kembali agar kelak masyarakat menjadi lebih paham akan informasi yang ada sehingga diharapkan nantinya tidak ada lagi masalah-masalah yang muncul akibat kurangnya informasi akan prosedur yang benar untuk menonton langsung program acara Opera Van Java

ABSTRACT

Community Relations that conducted By Marketing Public Relations Department TRANS7is a form of corporate social responsibility in order to establish a good relationship with the wider community. Community relations programs carried out in many ways one of which is to establish a good relationship with the prospective audience in TRANS7 program . The program of the event one of them is Opera Van Java on a daily basis to attract the attention of various audiences and the community to come and watch instantly. Therefore important for TRANS7 to establish a good relationship with the prospective audience and disseminate the correct procedure to watch instantly Opera Van Java. This research took the formulation of the problem of who are the target of communication Opera Van Java programs and how segmentation, as well as how community relations conducted by TRANS7 to disseminate the procedure to watch Opera Van Java and how to establish good relationships with the community. In addition, to determine what factors be in inhibiting socialization.This type of research that chosen in this research is descriptive qualitative research. Researchers use triangulation techniques to test the validity of the data. The data obtained through observation, interviews and literature study then analyzed and interpreted based on the fact that theory is used to draw conclusions. Data was collected by interviews conducted by investigators to several sources.The research results showed that the Community Relations conducted by TRANS7 good enough to build a relationship with a prospective audience of Opera Van Java, but for socialization correct procedure to watch Opera Van Java program should be re-evaluated so that later people become more aware of the information that is so hoped will no longer problems that arise due to lack of information would be the correct procedure to watch the program immediately Opera Van Java.