**RINGKESAN**

**Panalungtikan ieu dijudulan “PERAN CORPORATE COMMUNICATION DINA NGABELA REPUTASI DI TELKOMSEL REGIONAL JABAR’’. Ieu mangrupa kenging panalungtikan anu peneliti pigawe di Telkomsel Regional Jabar ngeunaan salah sahiji pancen divisi Corporate Communication. Panalungtikan ieu boga tujuan kanggo terang kumaha kadudukan ti corporate communication kalawan sub variabel: *communicator*, *relationship*, sarta *good image maker*. Anu dipigawe kanggo ngabela reputasi kalawan sub variabel: kredibilitas, keterpercayaan, keterhandalan, sarta tanggel walon sosial. Supados dipikanyaho tahanan-tahanan anu disanghareupan,sarta usaha-usaha anu dipigawe kanggo nungkulan na.**

**Panalungtikan ieu dumasar ka teori reputasi anu ngagantung dina kualitas pamikiran strategi sarta komitmen manajemen kanggo ngahontal tujuan anu atos ditetepkeun,sarta kitu kaayaanana keterampilan sarta energi kalawan saniskanten komponen program anu direalisasikeun sarta dikomunikasikeun.**

**Padika panalungtikan anu dipake nyaeta padika deskriptif kuantitatif anu ngagambarkeun atawa ngagusar kenging panalungtikan sacara naon kitu kaayaanana atawa non eksperimen. Sedengkeun teknik sampling anu dipake nyaeta teknik nonprobability sampling anu didalamnya kaasup sampling aksidental. Pengumpulan data anu ditampa asalna ti sumebarna angket ka responden,observasi,sarta wawancara.**

**Dumasar kenging panalungtikan tiasa ditumbukeun yen peran corporate communication Telkomsel Regional Jabar dina perannya ngabela reputasi pausahaan melalu media relations atos sae,kabuktian kalawan komunikasi anu terjalin kalawan stakeholder atawa khalayak atos efektif.
Minangka bahan asupkeun peneliti ngusulkeun supados hubungan anu atos sae ieu tiasa teras dipertahankeun. Kitu oge kalawan komunikasi anu dipigawe supados langkung intens ku kituna tiasa ngahasilkeun kenging anu langkung maksimal.**