**ABSTRAK**

**Penelitian ini berjudul “Peranan Sosialisasi K2 dan K3 Dalam Meningkatkan Sikap Positif Vendor di PT. PLN (Persero) Rayon Lembang”. Sosislaisasi merupakan suatu bentuk kegiatan *Public Relation*, yang di tujukan kepada publik eksternal dengan harapan untuk dapat menciptakan, menjalin, dan memelihara hubungan baik antara *Public Relations* dengan karyawan vendor sehingga timbul loyalitas terhadap PT. PLN (Persero) Rayon Lembang. Sikap positif merupakan faktor yang amat penting bagi seorang *Public Relations* untuk memperoleh kepercayaan dan loyalitas karyawan vendor untuk menjaga citra perusahaan di mata vendor.**

 **Tujuan diadakannya penelitian ini untuk mendeskripskan, menganalisa, memperoleh data dan informasi mengenai Peranan Sosialisasi K2 dan K3 Dalam Meningkatkan Sikap Positif Vendor di PT. PLN (Persero) Rayon Lembang, serta menambah pengetahuan peneliti seputar pekerjaan *Public Relations* serta wawasan lainnya yang di dapat.**

 **Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif analisis, sedangkan teknik pengumpulan datanya adalah studi pustaka, observasi, wawancara, dan penyebaran angket. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sampel *Probability* sedangkan teknik sampel yang digunakan adalah *Cluster Random Sampling* dengan jumlah responden yang dianggap memenuhi kriteria oleh peneliti sebanyak 100 orang.**

 **Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Peranan Sosilisasi K2 dan K3 Dalam Meningkatkan Sikap Positif Vendor di PT. PLN (Persero) Rayon Lembang pada dasarnya sudah baik jika dilihat dari pelaksanaanya, namun ada beberapa hal yang harus diperhatikan adalah pada saat melakukan komunikasi secara langsung dengan karyawan vendor. Hal ini menunjukan perlunya peningkatan kualitas informasi yang disampaikan kepada karyawan vendor untuk masa yang akan datang.**

 **Hal-hal yang direkomendasikan oleh peneliti sebagai bahan masukan bagi pihak *Public Relations* PT. PLN (Persero) Rayon Lembang adalah melakukan perbaikan kualitas isi pesan kegiatan K2 dan K3 dengan penyajian sosialisasi yang menarik. Supaya tindakan persuasif diharapkan dapat mempengaruhi maupun mengubah tindakan para karyawan vendor agar dapat mengikuti sosialisasi yang dilakukan oleh PT. PLN (Persero) Rayon Lembang.**

**ABSTRACT**

 ***The research is “The Role of Socialization K2 & K3 Program In Improving Vendor Positive Attitude at PT. PLN (Persero) Rayon Lembang”. Socialization is a from of Public Relation activities, intended for external public with the hope to be able to create, establish, and maintain good relations between Public Relations and vendor so that can develop the loyaty to PT. PLN (Persero) Rayon Lembang. Positive attitude is very important factor for a Public Relations to gain the trust and loyality of vendor to mantain the positive image for company in the eyes of the vendor.***

 ***Target performing of this research are to describing, analyzing, and collect information and data about The Role of Socialization K2 & K3 Program In Improving Vendor Positive Attitude at PT. PLN (Persero) Rayon Lembang and increasing researchers Knowledge about Public Relations job and another Knowledge.***

 ***This research used descriptive analysis method. Data researchers collected from bibliography study, observation, interview and spreaded enquetters. This research used Probability sample, where as sampling technique which used in this research is Cluster Random Sampling with in 100 respondents which were considered by researchers.***

 ***Based on the research concluded that The Role of Socialization K2 & K3 Program In Improving Vendor Positive Attitude at PT. PLN (Persero) Rayon Lembang basically be better if viewed in terms of implemantation, but there are still must be considered is the time to communicate directly to vendor. So that’s still need to improve the quality of information that will be submitted the vendor for future.***

 ***Researchers recommend as an input for Public Relation of PT. PLN (Persero) is should have provide massage content and make improvement detailed information about the benefits and adventages by using K2 and K3 program with an interesting presentation socialization. So that, persuasive action is expected to influence or change the actions of vendor employees to be able to take a part the socialization conducted by PT. PLN (Persero) Rayon Lembang.***

**RINGKESAN**

 **Panaluntikan ieu minangka mintonkeun “Peranan Sosialisasi K2 & K3 dalam Meningkatkan Sikap Positif Vendor PT. PLN (Persero) Rayon Lembang”. Sosialisasi mangrupikeun hiji bentuk kagiatan *Public Relations*, anu ditujukeun kanggo publik eksternal anu diharepkeun tiasa nyiptakeun, ngajalin, sareng miara hubungan nu hade antara *Public Relations* sareng karyawan vendor guna ngabangun loyalitas vendor ka PT. PLN (Persero) Rayon Lembang. Sikap positif nyaeta faktor penting *Public Relations* kanggo meunangkeun kapercayaan tur loyalitas pelanggan guna ngajaga cita perusahaan di vendor.**

 **Tujuan dipidangkeunana ieu panaluntikan nyaeta sangkan ngadeskripsikeun, nganalisa, serta ngengingkeun data jeung informasi ngenaan Peranan Sosialisasi K2 & K3 dalam Meningkatkan Siap Positif Vendor PT. PLN (Persero) Rayon Lembang, serta nambah pengetahuan panaliti ngeunaan pagawean *Public Relation* serta wawasan lain nu dikengingkeun.**

 **Metode panaluntikan anu dilaepkeun nyaeta metode panaluntikan deskriptif analisis. Rampidan beungkeutan data, asal muasalna dicandak tina studi kepustakaan, observasi, wawancara, jeung hasil nyebarkeun angket. Dina panaluntikan panaliti ngagunakeun sampel *Probability.* Sedengken teknikanu digunakeun nyaeta *Cluster Random Sampling*, jumlah responden anu seueurna 100 jalmi.**

 **Dumasar hasil panaluntikan, bisa diringkeuskeun rehing Peranan Sosialisasi K2 & K3 dalam Meningkatkan Sikap Positif Vendor PT. PLN (Persero) Rayon Lembang dumasar tos sae ditinggali ti sisi pelaksanaan, tapi aya sababarha hal nu kedah diperhatskeun nyaeta pas masih perlu ningkatkeun kualitas informasi anu bade didugikeun ka vendor keur waktu nu bakal datang.**

 **Panaluntikan mertelakeun pikeun bahan implengan *Public Relations* PT. PLN (Persero) Rayon Lembang sangkan minkeutkeun kualitas eusi pesan program K2 jeung K3 anu leuwih menarik. Ambeh tidakan Persuasif diharepkeun bisa mangaruhan jeung ngubah tindakan karyawan vendor ngarah nurutkeun sosialisasi nu dilakukeun ku PT. PLN (Persero) Rayon Lembang.**