

## **ABSTRACT**

*This study is entitled **PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN MAINTAINING THE EXISTENCE OF PT PIKIRAN RAKYAT IN BANDUNG**. PT Pikiran Rakyat is a mass media company in the form of newspapers published in Bandung, West Java. The researcher intends to make research on PT Pikiran Rakyat aims to determine the public relations strategy of PT Pikiran Rakyat in maintaining the existence of the company. The method used in this study is a qualitative method with descriptive studies and using the theory of four steps of Public Relations according to Cutlip, Center, and Broom where the four steps are Fact Finding, Planning, Communicating, and Evaluating as stages carried out by a Public Relations. . The Data was obtained through literature study and field study, observation and in-depth interviews to several parties (informants), both from internal PT Pikiran Rakyat academics, and consumers of Bandung region. The design of data analysis with data reduction, data presentation, and conclusion. The results of this study show that the strategy undertaken by a Public Relations in maintaining the existence of PT Pikiran Rakyat is about how the company is trying to adapt to the Times of the transformation from print to digital, so as to present PT Pikiran Rakyat Multi Platforms Multi Service. In addition, the company also always maintain good relations and build new relationships with the public by making PT Pikiran Rakyat as a home for them. The most important point is Pikiran Rakyat always keep their spirit as a credible media in the eyes of the public.*

*Keyword: PT Pikiran Rakyat, Media, Public Relations Strategy*

## ABSTRAK

Perusahaan ini telah berkiprah selama 56 tahun lamanya terhitung sejak pertama kali didirikan pada 24 Maret 1966 silam yang pada awal kemunculannya hadir dengan nama Harian Angkatan Bersenjata edisi Jawa Barat. Peneliti bermaksud membuat penelitian mengenai PT Pikiran Rakyat ini bertujuan untuk mengetahui strategi *Public Relations* PT Pikiran Rakyat dalam menjaga eksistensi perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan studi deskriptif dan menggunakan teori empat langkah *Public Relations* menurut Cutlip, Center, dan Broom yang mana keempat langkah tersebut yaitu *Fact Finding, Planning, Communicating, dan Evaluating* sebagai tahapan yang dilakukan oleh seorang *Public Relations*. Data diperoleh melalui studi literatur dan studi lapangan, observasi dan wawancara mendalam kepada beberapa pihak (informan), baik dari internal PT Pikiran Rakyat, akademisi, dan konsumen wilayah Bandung. Adapun rancangan analisis data dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh seorang *Public Relations* dalam menjaga eksistensi PT Pikiran Rakyat yaitu seputar bagaimana perusahaan berusaha beradaptasi dengan zaman yaitu transformasi dari cetak ke digital, sehingga mampu menghadirkan Pikiran Rakyat *Multi Platforms Multi Service*. Selain itu, perusahaan juga senantiasa menjaga hubungan baik dan membangun hubungan baru dengan public dengan menjadikan Pikiran Rakyat sebagai rumah untuk mereka. Poin yang paling penting ialah Pikiran Rakyat selalu menjaga marwahnya sebagai media yang kredibel di mata masyarakat.

Kata Kunci: PT Pikiran Rakyat, Media, Strategi *Public Relations*

## RINGKESAN

*Panalungtikan ieu judulna nyaéta STRATEGI PUBLIC RELATIONS DINANGAJAGA EKSISTENSI PT PIKIRAN RAKYAT DI BANDUNG. Pikiran Rakyat mangrupikeun salah*

sahiji parusahaan media massa siga surat kabar (Koran) nu diterbitkeun di Bandung, Jawa Barat. Parusahaan ieu tos aya salama 56 taun lilana kaitung ti mimiti didirikeun dina kaping 24 Maret 1966 bareto nu ti mimiti ayana hadir dibere ngaran Harian Angkatan Bersenjata edisi Jawa Barat. Maksud panalungtik nyieun ieu panalungtikan ngeunaan PT Pikiran Rakyat tujuanna nyaéta kanggo ngauningakeun strategi Public Relations PT Pikiran Rakyat dina ngajaga eksistensi parusahaan. Metode nu diangge dina ieu panalungtikan ieu yaéta metode kualitatif sareng studi deskriptif saréng ngagunakeun teori opat langkah Public Relations nurutkeun ti Cutlip Center, saréng Broom nu mana kaopat langkah eta nyaéta Fact Finding, Planning, Communicating, jeung Evaluating salaku tahapan nu dilakukeun ku saorang Public Relations. Data nu dimeunangkeun tina studi literatur lapangan, observasi, sareng wawancara mendalam ka sababaraha pihak (informan), di mimitian ti pihak internal PT Pikiran Rakyat, akademisi saréng konsumen nu aya di wilayah Bandung. Sakumaha rancangan analisis data saréng reduksi data, panyajian data, jeung panarikan kasimpulan. Hasil tina panaluntikan ieu nunjukeun bahwasanna strategi nu dilakukeun ku saorang Public Relations dina ngajaga eksistensi PT Pikiran Rakyat nyaéta saputar kumaha parusahaan beradaptasi jeung zaman nyaéta transformasi ti cetak ka digital, nu jadinya mampu ngahadirkeun Pikiran Rakyat Multi Platforms Multi Service. Salian ti eta, oarusahaan oge kudu senantiasa ngajaga hubungan baik jeung ngabangun hubungan anyar sareng public saréng ngajadikeun Pikiran Rakyat imah keur sakabehan. Poin nu paling penting nyaéta Pikiran Rakyat salawasna ngajaga marwahna salaku media nu kredibel di panon masyarakat.

**Kecap konci :** PT Pikiran Rakyat, mediam strategi Public Relations.