

Abstract

Rapid developments in communication technology help people to get information not only from the print and electronic media but also by using the internet, so the role of Public Relations shifted from conventional to E-PR. RCTI as media companies who broadcast X Factor Indonesia must have an electronic public relations strategy to build the image in the community. In examining how the influence of E-PR strategy to build X Factor Indonesia image, this study use quantitative research methods by distributing questionnaires to 98 respondent sas the sample. The results of this study showed that E-PR has positives influence and the influence of E-PR strategie saffects image building of X Factor Indonesia by 10% and the rest influenced by other factors. The author's suggestion for RCTI is to further enhance its program in building the image of X Factor Indonesia, which the program is new and was first performed and broadcasting Indonesia.

Keywords: Strategy, E-PR, Image Building

Abstrak

Perkembangan teknologi yang pesat menyebabkan masyarakat mendapatkan informasi bukan hanya dari media cetak dan elektronik tetapi dengan menggunakan internet, sehingga peran *Public Relations* bergeser dari *Public Relations* konvensional menjadi *E-PR*. RCTI sebagai perusahaan media yang menayangkan program X Factor Indonesia harus memiliki strategi *E-PR* untuk dapat membentuk citra di masyarakat. Dalam meneliti bagaimana pengaruh strategi *E-PR* terhadap pembentukancitra X Factor Indonesia, penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 98 responden dari populasi untuk dijadikan sampel. Setelah penulis menganalisis dan mengolah data, hasil yang didapatkan adalah terdapat hubungan positif *E-PR* terhadap pembentukan citra dan memiliki pengaruh antara *E-PR* terhadap pembentukan citra X Factor Indonesia sebesar 10% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya. Saran penulis untuk RCTI adalah untuk lebih meningkatkan strategi untuk membangun citra programnya yaitu X Factor Indonesia, dimana program ini merupakan program baru dan pertama kali ditayangkan di Indonesia.

Kata Kunci :Strategi, *E-PR*, Pembentukan Citra