

Abstrak

TUJUAN PENELITIAN adalah untuk memahami upaya dan kendala sosialisasi perubahan nama dan logo Koran SINDO oleh Public Relations dalam mengelola citra perusahaan. **METODE PENELITIAN** yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan studi pustaka. **ANALISIS** yang digunakan yaitu analisis data dengan model “Miles dan Huberman” dimana terdiri dari tiga jenis tahap yaitu reduksi, model data dan penarikan/verifikasi kesimpulan. **SIMPULAN** yang diperoleh adalah bahwa upaya sosialisasi yang dilakukan PR Koran SINDO dalam perubahan nama dan logo melalui publikasi, event, news, community involvement, dan inform or image, serta lobbying and negotiation. Sedangkan kendalanya adalah kesulitan menjalin hubungan kerjasama dengan media lain khususnya media non grou. Kendala lainnya adalah adanya kesalahpahaman pola pikir dari masyarakat mengenai visi misi perubahan tersebut.

Kata Kunci : Citra Perusahaan, Sosialisasi, Public Relation

Abstract

The Purpose of this research is to understand the activities and the constraints upon the changing of corporate name and logo. The change of name and logo that is aimed at managing corporate image. This research applied qualitative research methodology where data analysis is conducted in three phases: data reduction, display data, and conclusion. The analysis concludes that public relations of SINDO use publication event, news, community involvement, inform or image, and lobbying and negotiation, during the socialization of change of corporate name and logo. On the constraint issues public relations considers partnership with order media companies, especially that from non-group media companies, should be treated more carefully. Further, public relation must also be able to cope with misunderstanding that come up along with the change of corporate name and logo.

Keywords : Corporate Image, Socializations, Public Relations