

ABSTRAK

*Strategi Public Relations Garuda
Wisnu Kencana (GWK) Cultural
Park dalam Membentuk Citra
Sebagai Landmark Pariwisata Bali*

Univeritas Jendral Soedirman
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Komunikasi
April 2017

Abila Januariska Muharto (F1C013025)

Skripsi ini membahas mengenai strategi PR GWK *Cultural Park* dalam membentuk citra sebagai *landmark* pariwisata Bali. Demi mencapai tujuan tersebut PR GWK *Cultural Park* melaksanakan serangkaian kegiatan dan program. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi peran dan strategi PR GWK *Cultural Park* dalam pelaksanaannya untuk membentuk citra sebagai *landmark* pariwisata Bali.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis deskriptif guna mendapatkan data-data berdasarkan dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga menghasilkan penggambaran yang mendalam mengenai peran dan strategi PR GWK *Cultural Park* dalam membentuk citra sebagai *landmark* pariwisata Bali. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa PR GWK *Cultural Park* berperan penting dalam pelaksanaan strategi untuk membentuk citra sebagai *landmark* pariwisata Bali, tidak hanya pada pembentukan strategi namun juga pada implementasi serta komunikasi dalam strategi tersebut dalam membentuk citra sebagai *landmark* pariwisata Bali.

Kata kunci:

Strategi PR, Citra, GWK *Cultural Park*

ABSTRACT

Public Relations Strategy of Garuda Wisnu Kencana (GWK) Cultural Park in Building an Image as a Landmark Tourism of Bali

Abila Januariska Muharto (F1C013025)

The focus of this study is the Public Relations strategy of GWK Cultural Park in building an image as a landmark tourism of Bali. In order to build its image, GWK Cultural Park use Public Relations to runs several programs. This study aim to identify the role and strategy of GWK's PR in case of image building as a landmark tourism of Bali.

This study is using a qualitative method to obtain a descriptive data based on depth interview, observation, and documentation resulting in-depth description of the role and strategy of GWK's PR in case of Image Building as a landmark tourism of Bali. The result of this study shows that PR has an important role, not only in strategy development but also in implementation and communication of PR's strategy in image building as a landmark tourism of Bali.

Keywords:

PR strategy, corporate image, GWK Cultural Park