

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA

ABSTRAK

- (A) REALINA (915160030)
- (B) PENGARUH PERAN PR TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN
- (C) xi, 54 hlm, 30 tabel, 7 gambar, 4 lampiran
- (D) *PUBLIC RELATIONS*

Abstrak :

Reputasi merupakan sesuatu yang tidak bisa dilihat namun dapat dirasakan, memiliki reputasi yang baik adalah tujuan utama yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan. Oleh sebab itu, peneliti membahas tentang pengaruh peran PR terhadap reputasi perusahaan Telkomsel. Menurut Charles J. Fombrun (2016) mengemukakan bahwa ada empat aspek yang menciptakan reputasi perusahaan yakni *credibility, reliability, trustworthiness, responsibility*. (p.48) Sedangkan pengukuran peran PR diadopsi dari dimensi yang dikemukakan oleh Cutlip (2009, p.45) antara lain teknisi komunikasi, *expert prescriber*, fasilitator komunikasi dan fasilitator pemecahan masalah. Metodologi penelitian ini adalah kuantitatif dengan menyebarkan 100 kuisioner kepada pengguna Telkomsel. Dari penelitian ini, diperoleh hasil regresi linier  $Y = 6,081 + 0,808 X$ , serta nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Menyatakan terdapat pengaruh signifikan antara peran PR terhadap reputasi perusahaan Telkomsel. Maka dapat disimpulkan peran PR memberikan pengaruh yang signifikan terhadap reputasi perusahaan Telkomsel.

Kata Kunci : *peran PR, public relations, reputasi*

- (E) Daftar Pustaka 18buku (2006-2017) 1 jurnal, 4 internet

(F) H. H. Daniel Tamburian S.Sos., M.Si