

ABSTRAK

KESENJANGAN PERILAKU KOMUNIKASI (STUDI KASUS MANAJEMEN PUBLIC RELATIONS (PR) PT COLUMBUS MULTI SARANA LAMPUNG)

Oleh :

**I NENGAH SETAT
17026031008**

Tugas dan peran manajemen Public Relations (PR) PT. Columbus yang belum sepenuhnya dijalankan oleh departemen Public Relations (PR) perusahaan tersebut memicu kesenjangan komunikasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesenjangan perilaku komunikasi yang terjadi pada manajemen Public Relations (PR) PT. Columbus Multi Sarana Lampung. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu mengacu pada metode pengumpulan data observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi. Data tersebut lalu dianalisis dengan pemisahan data sekunder dan primer kemudian menggunakan teknik keabsahan data dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan. Narasumber terlibat yang diwawancara yaitu stakeholders yang berkaitan dengan PT. Columbus Multi Sarana Lampung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu purposive sampling dan diperoleh narasumber sebanyak tiga (3) orang yang terdiri atas manager atau humas, karyawan dan konsumen. Hasil penelitian menunjukan bahwa kesenjangan perilaku komunikasi PT. Columbus Multi Sarana Lampung disebabkan oleh Public Relations (PR) yang dijalankan dalam perusahaan tersebut ternyata bukan hanya dari departemen sendiri melainkan sub-departemen di bawah head marketing, terbatasnya kuantitas Sumber Daya Manusia (SDM) Public Relations (PR) dari departemen marketing dengan lingkup kerja yang luas, serta kurang efektifnya tugas dan peran Public Relations (PR) dan tidak bisa dijalankan dengan baik oleh staf / karyawan dari departemen lain.

Kata kunci : kesenjangan komunikasi, public relations, perilaku komunikasi.

ABSTRACT

COMMUNICATION BEHAVIOR GAP (CASE STUDY OF PUBLIC RELATIONS (PR) MANAGEMENT PT. COLUMBUS MULTI SARANA LAMPUNG).

By :

**I NENGAH SETAT
17026031008**

Duties and roles of Public Relations (PR) management of PT. Columbus, which has not been fully implemented by the company's Public Relations (PR) Department, has triggered a communication gap. Therefore, this study aims to determine the gap in communication behavior that occurs in the management of Public Relations (PR) of PT. Columbus Multi Sarana Lampung. This study uses a case study method with a qualitative approach. The data collection technique used refers to the data collection methods of observation, interviews, literature study and documentation. The data is then analyzed by separating secondary and primary data and then using data validity techniques with the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The interviewees involved are stakeholders related to PT. Columbus Multi Sarana Lampung. The sampling technique used is purposive sampling and obtained as many as three (3) resource persons consisting of managers or public relations, employees and consumers. The results showed that the gap in the communication behavior of PT. Columbus Multi Sarana Lampung is caused by the Public Relations (PR) that is run within the company, it turns out that it is not only from its own department but also a sub-department under the marketing head, the limited quantity of Human Resources (HR) Public Relations (PR) from the marketing department with the scope of work broad scope, and the ineffectiveness of the duties and roles of Public Relations (PR) and cannot be carried out properly by staff/employees from other departments.

Keywords: communication gap, public relations, communication behavior