

ABSTRAK

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* RADAR LAMPUNG ONLINE DALAM MENJALIN HUBUNGAN KERJA SAMA DENGAN INSTANSI DI PROVINSI LAMPUNG

Oleh
MUHAMMAD ARRIA IMAMI

Radarlampung.co.id memiliki total 21.137.530 *pageview*ers versi Google Analytics sejak Januari 2018 – Desember 2023. Serta, pembaca di jejaring media sosial sebanyak 50.000 – 100.000 kunjungan perhari, yang menjadikan Radar Lampung Online sebagai media online terpercaya di provinsi Lampung. Sebagai media *online*, perlu membangun dan mempertahankan kredibilitasnya dengan menjaga hubungan yang baik dengan instansi yang diajak kerja sama. Maka dari itu, strategi *public relations* dengan instansi di Lampung dapat menciptakan hubungan harmonis dan saling menguntungkan antara instansi dan media massa *online* dalam publikasi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi Radar Lampung online dalam rangka menjaga dan membangun hubungan kerja sama publikasi dengan instansi pemerintah maupun swasta di provinsi Lampung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan deskriptif yaitu dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini dianalisis dengan strategi *public relations* menurut Cutlip dan Center, serta teori *relationship management* menurut Hon dan Grunig. Hasil penelitian menunjukkan strategi *public relations* yang dilakukan Radar Lampung Online dilakukan dengan baik, dengan identifikasi awal terhadap pihak-pihak potensial, melakukan perencanaan, melakukan koordinasi dan komunikasi, dan mengevaluasi hasil kerja sama dengan *analytic* pada website perusahaan. Dengan temuan bahwa strategi-strategi tersebut mendukung *relationship management*, yaitu menjaga kepercayaan dengan menjaga kualitas penulisan berita dan pelayanan secara profesional, menjaga komitmen dengan mengikuti penjanjian kontrak awal dan tidak melewati batas dari kedua pihak, menjaga kepuasan dengan memenuhi harapan dari klien dan berani menolak diawal jika tidak bisa memenuhi harapan tersebut, serta menjaga kontrol kebersamaan dengan menciptakan hubungan bersifat seimbang atau tidak ada yang mendominasi. Selain itu, juga ditemukan bahwa strategi yang dilakukan menunjukkan keterkaitan dengan *marketing public relations*.

Kata kunci: Strategi *Public relations*, Media Online, Kerja sama Publikasi

ABSTRACT

RADAR LAMPUNG ONLINE PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN ESTABLISHING COOPERATIVE RELATIONSHIPS WITH INSTITUTIONS IN LAMPUNG PROVINCE

By
MUHAMMAD ARRIA IMAMI

Radarlampung.co.id has a total of 21,137,530 pageviewers according to Google Analytics from January 2018 – December 2023. Also, readers on social media networks reach 50,000 – 100,000 visits per day, which makes Radar Lampung Online a trusted online media in Lampung province. As an online media, it is necessary to build and maintain its credibility by maintaining good relationships with the agencies it collaborates with. Therefore, a public relations strategy with agencies in Lampung can create harmonious and mutually beneficial relationships between agencies and online mass media in publications. The aim of this research is to find out how online Radar Lampung's strategy is to maintain and build collaborative publication relationships with government and private agencies in Lampung province. This research uses a qualitative descriptive approach, namely by conducting interviews, observation and documentation. This research was analyzed using public relations strategies according to Cutlip and Center, as well as relationship management theory according to Hon and Grunig. The research results show that the public relations strategy carried out by Radar Lampung Online was carried out well, with initial identification of potential parties, planning, coordinating and communicating, and evaluating the results of collaboration with analytics on the company website. With the findings that these strategies support relationship management, namely maintaining trust by maintaining the quality of news writing and professional services, maintaining commitment by following the initial contract agreement and not crossing the limits of both parties, maintaining satisfaction by meeting the expectations of clients and daring to refuse at the beginning if they cannot meet these expectations, and maintaining mutual control by creating a balanced relationship or no one dominates. In addition, it was also found that the strategies carried out showed a connection with marketing public relations.

Keywords: *Public relations Strategy, Online Media, Publication Collaboration*