

ABSTRAK

- (A) JOSES KARSTEN (915160237)
- (B) STRATEGI *MEDIA RELATIONS* PT PRIMA PRAXIS KOMUNIKA (PRAXIS)
DALAM MEMBANGUN CITRA BANK DBS INDONESIA
- (C) xiv + 73 halaman, 1 tabel, 14 gambar, 6 lampiran
- (D) *PUBLIC RELATIONS*

Abstrak:

Indonesia kini telah memasuki era perkembangan teknologi dan internet yang begitu pesat, dimana mengharuskan juga industri jasa dibidang keuangan untuk dapat mengikutinya. Hal ini ditandai dari ketatnya persaingan antar bank di Indonesia yang sudah mulai mengembangkan layanan mereka ke dalam bentuk *digital banking*. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, upaya yang dilakukan oleh Praxis sebagai *PR Agency* dari Bank DBS Indonesia adalah dengan membangun citra sebagai bank yang tidak ribet dalam urusan perbankan melalui misi yang sekaligus merupakan pesan kunci “Live more, Bank less” kepada publik. Dalam hal ini, yang dilakukan oleh Praxis adalah dengan melaksanakan strategi *media relations* guna meraih publisitas media massa. Landasan teori utama penelitian ini menggunakan teori *media relations*, khususnya mengenai konsep strategi *media relations* oleh Yosai Iriantara (2011). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus-deskriptif. Hasil temuan penelitian ini mengemukakan bahwa strategi *media relations* yang diterapkan Praxis adalah dengan mengelola relasi yang baik dengan media, mengembangkan strategi yang melahirkan prinsip umum dalam melaksanakan *media relations*, serta yang terakhir adalah mengembangkan jaringan pekerjaan yang lebih luas.

Kata kunci: Perbankan digital, *Public Relations*, *media relations*, citra.

- (E) DAFTAR PUSTAKA: 17 buku (2004-2018), 6 jurnal, 3 sumber *website*
- (F) Sintia Paramita, S.I.P., M.A.