

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk mengkaji fungsi siaran pers dalam strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. NIA. Siaran pers adalah mekanisme penting bagi perusahaan untuk mendistribusikan informasi ke media dan memengaruhi persepsi publik. Penelitian ini berusaha untuk mengetahui sejauh mana siaran pers yang dikeluarkan oleh PT. NIA memengaruhi agenda media dan membentuk opini publik, berdasarkan teori *Agenda-setting*. Metode penelitian yang dilakukan adalah kualitatif dengan melakukan observasi, kuis dan wawancara serta Analisa secara kualitatif. Studi ini menyelidiki hubungan antara siaran pers dari PT. NIA dan proses *Agenda-Setting* dengan cara meneliti siaran pers, liputan media, dan wawancara karyawan PT.NIA. Secara keseluruhan, siaran pers digunakan oleh PT. NIA sebagai salah satu alat dalam strategi komunikasi untuk penyebaran informasi mengenai proyek PT. NIA secara efektif kepada target yang ditetapkan, siaran pers yang dibuat telah dirumuskan dan dibentuk sesuai dengan teori *Agenda-setting* di tingkat kognitif, dengan diarahkan sesuai misi dalam perusahaan, siaran pers tersebut berhasil mempengaruhi opini publik dan mempengaruhi agenda media massa tentang Proyek modernisasi PT. NIA di terminal bus Kampung Rambutan dan Leuwipanjang.

Kata Kunci: Siaran Pers, Strategi Komunikasi, Persepsi Publik, Teori Agenda Setting

ABSTRACT

This study aims to examine the function of press releases in the communication strategy carried out by PT. NIA. Press releases are an important mechanism for companies to distribute information to the media and influence public perception. This study seeks to determine the extent to which press releases issued by PT. The NIA influences the media agenda and shapes public opinion, based on the Agenda Setting theory. The research method used is qualitative by conducting observations, quizzes and interviews as well as qualitative analysis. This study investigates the relationship between press releases from PT. NIA and the Agenda-Setting process by researching press releases, media coverage, and interviews with the employees. Overall, press release is being use by PT. NIA as one of the communication strategies in approach communication method for an effective way of dissemination of information to larger group, the press release has been formulated and shaped in accordance with the Agenda-setting theory in cognitive level, therefore, with the company objectives, the press releases have successfully impacted the public opinion and influence the agenda of the mass media about PT. NIA modernization project on bus station Kampung Rambutan and Leuwipanjang.

Keywords: Press-Release, Public Relation, Public Perception, Agenda Setting Theory