

ABSTRAK

Community relations merupakan rangkaian kegiatan organisasi baik berupa program atau event untuk menunjang relasi dengan komunitas. Sebagai salah satu fungsi *public relations* yang salah satu aktivitas pentingnya adalah meningkatkan kualitas hubungan dengan komunitas, *community relations* dilakukan beberapa organisasi dalam rangka menjaga konsistensi hubungan baik kepada publiknya. Pada prakteknya, *community relations* akan didukung oleh langkah strategis manajemen yang terdiri dari beberapa tahapan. Tahapan tersebut dilakukan oleh manajemen sebagai upaya pencapaian tujuan dan visi organisasi.

Penelitian ini membahas tentang relasi organisasi terhadap publiknya yang lebih spesifik yaitu komunitas. Maka dari itu, peneliti merasa perlu mengetahui tahapan manajemen melalui program internal yang dilakukan organisasi untuk membangun relasi dengan komunitas, khususnya komunitas kreatif digital. Analisis manajemen *community relations* akan menggambarkan kelebihan dan kurang aktivitas *public relations* yang dilihat dari sudut pandang organisasi sebagai obyek penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tahapan *public relations* tetap berperan sebagai ide besar dalam membina hubungan dengan publik di sekitar organisasi. Tahap identifikasi, perencanaan, aksi dan komunikasi, evaluasi, hingga pendampingan adalah tahap yang wajib dilakukan organisasi secara runtut karena memiliki dampak yang berkesinambungan antara satu tahap dengan tahap yang lain. Melalui penelitian ini dapat ditarik kesimpulan jika aktivitas *community relations* bersifat siklis dimana sebuah program akan memengaruhi program-program yang lain di masa yang akan datang.

Kata kunci: *Manajemen Community Relations, Komunitas, Public Relations*

ABSTRACT

Community relations is a series of activities of the organization in the form of a program or event to support relations with the community . As one of the functions of public relations to improve relations with communities, community relations conducted several organizations in order to maintain the consistency of a good relationship to the public. In practice , community relations will be supported by strategic actions management consisting of several stages . Stages are made by the management of achieving the objectives and vision of the organization

This study discusses the organization for public relations more specific , namely community . Therefore , researchers feel the need to know the stages of management through internal programs by the organization to build relationships with the community , especially the digital creative community . Analysis of community relations management will describe the advantages and lack of public relations activities from the perspective of the organization as an object of research.

These results indicate that the stages of public relations still play a role as a great idea in a relationship with the public around the organization . Phase identification , planning, action and communication , evaluation , until the controlling is a step that must be done in a coherent organization because it has a continuous impact between one stage to another stage . Through this study it can be concluded if the community relations is cyclical activity where a program will affect other programs in the future .

Keywords : Community Relations Management, Community , Public Relations