

ABSTRAK

Dhika Kamesywara, 2013071004, 2018, “Strategi Komunikasi Bagian Penerangan Tentara Nasional Indonesia Angkatan Udara Tni-Au Adi Soemarmo Solo Dalam Membangun Citra Positif Melalui Program *Outing Class*.

Citra dalam suatu perusahaan atau organisasi adalah bagaimana masyarakat melihat dan menilai suatu perusahaan itu sendiri. Pada masa kini, masih banyak orang yang menganggap bahwa Tentara Nasional Indonesia sebagai organisasi yang tertutup, dengan segala persenjataan perang, pesawat, kapal seragam bahkan membuat beberapa orang yang sudah dewasa pun takut. Untuk mengatasi hal tersebut, TNI perlu membuat suatu program yang dapat menjalin suatu hubungan dengan masyarakat secara berkelanjutan. Atas izin Komandan Lanud TNI-AU Adi Soemarmo Solo, Kantor Bagian Penerangan dan Kantor Binpotdirga TNI-AU Adi Soemarmo Solo menjalankan suatu program yang dapat memberikan citra positif kepada masyarakat yaitu program *Outing Class*. Program *outing class* merupakan suatu program yang menargetkan anak-anak atau siswa sekolah untuk berkunjung dan mengenal TNI-AU pada khususnya. Tujuan dari pada program ini adalah menanamkan citra positif pada anak sedari dini agar dapat mencegah adanya citra negatif ketika mereka sudah besar.

Tujuan dari penelitian ini adalah mencari strategi komunikasi yang dilakukan kantor Bagian Penerangan dalam mensosialisasikan program *Outing Class*. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dengan Kepala Bagian Penerangan, Anggota Bagian Penerangan, dan Costumer Service Kantor Binpotdirga. Hasil dari penelitian ini adalah terdapatnya Strategi Komunikasi Lima Langkah oleh Hafied Cangara dan menunjukkan strategi komunikasi dalam sosialisasi program tersebut dapat meningkatkan citra positif bagi TNI-AU Adi Soemarmo Solo.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Citra Pada Anak, Citra Perusahaan

ABSTRACT

Dhika Kamesywara, 2013071004, 2018, "Communication Strategy for the Bagian Penerangan of the Indonesian National Army Tni-Au Air Force Adi Soemarmo Solo in Building Positive Imagery through the Outing Class Program.

Image in a company or organization is how people see and assess a company itself. At present, there are still many people who consider the Indonesian Armed Forces a closed organization, with all weapons of war, aircraft, uniform ships and even some adults who are afraid. To overcome this, the TNI needs to make a program that can establish a relationship with the community on an ongoing basis. With the permission of Adi Soemarmo Solo Air Force Air Force Commander, Adi Soemarmo Solo's Office of Information and Air Force Binpotdirga Office conducted a program that could provide a positive image to the community, namely the Outing Class program. The outing class program is a program that targets children or school students to visit and get to know the Air Force in particular. The aim of this program is to instill a positive image in children from an early age so that they can prevent negative images when they are older.

The purpose of this study was to look for communication strategies conducted by the Information Office in disseminating the Outing Class program. This study uses a qualitative descriptive method approach. Data collection was carried out through interviews with the Head of Information Section, Members of the Information Section, and the Customer Service Office of Binpotdirga. The results of this study are the existence of a Five-Step Communication Strategy by Hafied Cangara and show that the communication strategy in the program socialization can enhance the positive image of the Air Force Adi Soemarmo Solo.

Keywords: Communication Strategy, Image in Children, Corporate Image