

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT DANAPATI ABINAYA  
INVESTAMA (JAK TV) DALAM MENINGKATKAN *PUBLIC  
AWARENESS* MELALUI *COMMUNITY RELATIONS***

**(Studi Kasus Pada *Event Jakfreeday 2016* Periode Komunitas *In Line Skate*)**

**DWI IRMA ARIANI**

**Abstrak**

Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi yang digunakan oleh *Public Relations* PT Danapati Abinaya Investama (Jak TV) dalam meningkatkan *public awareness* melalui *community relations*. Tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan oleh *Public Relations* dalam meningkatkan *public awareness* melalui *community relations*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan yang digunakan adalah wawancara mendalam dan langsung dengan *Head of Public Relations and Off Air Promotion Department* Jak TV, *Creative Event of Public Relations and Off Air Promotion Department* Jak TV, Anggota Komunitas Jakarta *In Line Skate* dan juga salah satu pengunjung *event Jakfreeday 2016*. Dalam penelitian ini menemukan hasil bahwa lahirnya *event Jakfreeday* berangkat dari adanya peluang dari munculnya *area Car Free Day* di Jakarta. Dalam penggarapannya, *Public Relations* Jak TV menggunakan perencanaan strategi R.O.P.E (Riset, Objektif, Program, dan Evaluasi) pada *event Jakfreeday 2016* ini. Sebagai salah satu upaya peningkatan *public awareness*, Jak TV memiliki komitmen untuk menjadi televisi yang bersahabat dengan komunitas, salah satunya disajikan dalam *event Jakfreeday 2016* yang memiliki konsep dan komunitas yang berbeda disetiap minggunya.

**Kata Kunci:** Strategi, *Public Relations*, *Event Jakfreeday 2016*, Jak TV, *Public Awareness*, *Community Relations*

**PUBLIC RELATIONS STRATEGY OF PT DANAPATI ABINAYA  
INVESTAMA (JAK TV) IN GAINING PUBLIC AWARENESS THROUGH  
COMMUNITY RELATIONS**

**(Case Study at Jakfreeday Event 2016**

**Jakarta Inlineskate Community Period)**

**DWI IRMA ARIANI**

**Abstract**

This study aims to identify what strategy used by Public Relations Officer of PT Danapati Abinaya Investama (Jak TV) to gain public awareness through community relations. The purpose of the current study is to better understand how Public Relations Officer uses strategy to gain public awareness through community relations. The study applies qualitative approach by conducting deep and direct interviews with Head of Public Relations and Off Air Promotion Department of Jak TV, Creative Event of Public Relations and Off Air Promotion Department staff of Jak TV, Members of Jakarta In Line Skate community, and one of Jakfreeday 2016's participants. Finding shows that Jakfreeday 2016 event is created based on prospects in Jakarta's Car-free Day. Jak TV's Public Relations Officer uses R.O.P.E (Research, Objectives, Program, Evaluation) strategic planning to create the event. Jak TV has commitment to gain public awareness; being a community-friendly TV Station by setting up Jakfreeday 2016 with different concepts and kinds of communities every week.

**Key words:** Strategy, Public Relations, Jakfreeday 2016, Jak TV, Public Awareness, Community Relations