

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI *PUBLIC RELATION* PT. YOGYAKARTA TUGU TELEVISI DALAM MENINGKATKAN MINAT KLIEN TERHADAP PERUSAHAAN DI ERA *NEW NORMAL***

Muhammad Fariq  
5191711023

Sejak Covid-19 melanda Indonesia banyak perusahaan yang terkena dampak dari virus tersebut. Dampak yang ditimbulkan oleh virus tersebut berupa pendapatan perusahaan yang menurun, terjadi pengurangan karyawan, dan banyak perusahaan yang tutup karena tidak adanya pemasukan. Dan di era *new normal* saat ini, banyak perusahaan yang mulai bangkit kembali dari keterpurukan yang mereka rasakan selama kurang lebih dua tahun lamanya akibat adanya virus Covid-19. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh Public Relation PT. Yogyakarta Tugu Televisi (Jogja TV) dalam meningkatkan minat klien di era *new normal* saat ini. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi data yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap Public Relation PT. Yogyakarta Tugu Televisi dengan menggunakan teknik wawancara dan observasi yaitu menunjukkan bahwa Public Relation PT. Yogyakarta Tugu Televisi (Jogja TV) merancang berbagai macam strategi untuk meningkatkan jumlah klien di era *new normal*. Strategi-strategi yang digunakan oleh Public Relation Jogja TV tersebut dapat dikatakan berhasil dalam meningkatkan rasa percaya klien dan mampu meningkatkan minat klien untuk bekerja sama dengan perusahaan PT. Yogyakarta Tugu Televisi (Jogja TV).

**Kata-kata Kunci :** Public Relation; New Normal, Strategi, Jogja TV, Klien

## **ABSTRACT**

### **PUBLIC RELATIONS STRATEGY OF PT. YOGYAKARTA TUGU TELEVISION TO INCREASE CLIENTS' INTEREST IN NEW NORMAL ERA**

*Muhammad Fariq  
5191711023*

*Since Covid-19 hit Indonesia, many companies were affected by the virus. The impact caused by the virus has been in the form of declining company revenues, reductions in employees, and many companies closing due to a lack of income. And in the current new normal era, many companies are starting to bounce back from the downturn they have felt for about two years due to the Covid-19 virus. This research was conducted with the aim of knowing the strategy used by the Public Relations of PT. Yogyakarta Tugu Television (Jogja TV) is increasing client interest in the current new normal era. This study used a qualitative research method with a descriptive approach. Data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. Data analysis in this study used data triangulation, namely data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions or verification. Based on the results of research conducted on the Public Relations of PT. Yogyakarta Tugu Television uses interview and observation techniques that show the Public Relations of PT. Yogyakarta Tugu Television (Jogja TV) designed various strategies to increase the number of clients in the new normal era. The strategies used by Jogja TV Public Relations can be said to be successful in increasing client trust and being able to increase client interest in working with the company PT. Yogyakarta Tugu Television (Jogja TV).*

**Keywords:** *Public Relations, New Normal, Strategy, Yogyakarta TV, Client*