

ABSTRAK

Nama/NIM : Rudi Susanto/201452153
Judul : Strategi *Public Relations* dalam Menjaga Loyalitas *Corporate Sponsor* pada Perusahaan Non Profit PT. Duta Anugerah Indah / DAAI TV.
Jumlah Halaman : vi; 78 Halaman; 2 Bagan; 6 Tabel; 6 Lembar Lampiran
Kata Kunci : DAAI TV, Strategi, Loyalitas, Elaborasi Likelihood
Daftar Pustaka : 17 Buku (2001 – 2015), 6 Skripsi, 7 Web

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *public relations* DAAI TV dalam menjaga loyalitas para *corporate sponsornya*. Hasil penelitian memberikan gambaran bahwa dengan selalu mengutamakan para *corporate*, menayangkan iklan layanan masyarakat yang isinya berupa kegiatan CSR perusahaan *corporate* yang bersangkutan serta menjaga komunikasi dengan para *corporate* dapat mempertahankan loyalitas dari para *corporate* DAAI TV. Selain strategi yang dijabarkan dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa sosok dari pendiri Yayasan Buddha Tzu Chi yakni Master Cheng Yen menjadi alasan bagi para *corporate* untuk loyal mendukung DAAI TV, karena tanggung jawab moral mereka kepada beliau. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif dengan tujuan penelitian deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai strategi *public relations* DAAI TV untuk mempertahankan loyalitas *corporate sponsor* dengan menggunakan teori Elaborasi Likelihood. Teori ini digunakan untuk mengetahui dasar dari para *corporate* untuk mengenal DAAI TV.