

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *Public Relations* Lion Air Group dalam meningkatkan citra perusahaan melalui kegiatan pengenalan pesawat Airbus A330-900NEO. Lion Air Group merupakan perusahaan penerbangan pertama di Asia-Pasifik yang mengoperasikan pesawat Airbus A330-900NEO. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. *Key informan* pada penelitian ini adalah *public relations representative* dan informan dari penelitian ini adalah staff *public relations* yang berpartisipasi langsung serta media yang hadir pada pelaksanaan pengenalan pesawat Airbus A330-900NEO. Lion Air Group dalam meningkatkan citra terus berupaya memberikan pelayanan terbaik pada konsumennya hal ini tidak terlepas dari citra negatif yang ada pada Lion Air Group. Pada penelitian ini *Public Relations* Lion Air Group memiliki 4 tahapan dalam strategi *public relations* yaitu *fact finding*, *planning*, *communications*, dan *evaluation*. *Special event* menjadi strategi yang digunakan dalam pengenalan pesawat airbus A330-900NEO. *Special event* memiliki banyak jenis acara dan pada penelitian ini *public relations* menggunakan *media relations* sebagai jenis acara dalam *special event*.

Kata Kunci: Strategi *Public Relations*, Lion Air Group, *Special event*, Citra Perusahaan

ABSTRACT

This research aims to find out Lion Air Group's Public Relations strategy in improving the company's image through the introduction of Airbus A330-900NEO aircraft. Lion Air Group was the first airline in Asia-Pacific to operate Airbus A330-900NEO aircraft. This research is qualitative research using case study methods. The key informants in this study were public relations representatives and informants from this study were public relations staff who participated directly as well as the media present at the implementation of the introduction of Airbus A330-900NEO aircraft. Lion Air Group in improving its image continues to strive to provide the best service to its customers in spite of the negative image that exists in Lion Air Group. In this study Public Relations Lion Air Group has 4 stages in public relations strategy namely fact finding, planning, communications, and evaluation. The special event became a strategy that was used in the introduction of airbus A330-900NEO aircraft. Special events have many types of events and in this study public relations uses media relations as a type of event in a special event.

Keywords: *Public Relations strategy*, Lion Air Group, *Special event*, *Corporate Image*