

Abstrak

Tujuan Penelitian ini ialah untuk menganalisa strategi *public relations* maskapai Garuda Indonesia dalam melakukan program kerja sama dengan Liverpool FC dalam rangka mensosialisasikan Garuda Indonesia ke kancah internasional. **Metode Penelitian** yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. **Analisis** dalam penelitian ini menggunakan analisa triangulasi. **Hasil yang dicapai** dalam penelitian ini adalah strategi *public relations* dalam sosialisasi perusahaan melalui program kerja sama atau kemitraan antara Garuda Indonesia dan Liverpool FC menggunakan *special event* dan *public relations campaign*. **Simpulan** dari hasil penelitian ini adalah Garuda Indonesia mendapatkan fasilitas-fasilitas yang digunakan dalam sosialisasi perusahaan dimana program kerja sama tersebut lebih memiliki banyak keunggulan daripada cara sosialisasi tradisional. (T)

Kata Kunci

Strategi, *Public Relations*, *Special Event*, *Public Relations Campaign*

Abstract

The purpose of this research is analysing strategy of Public Relations Garuda Indonesia airport in holding corporation with Liverpool FC to socialize Garuda Indonesia for go interntional programme. The research is descriptive qualitative, which using semi-structure interview, observation, and documentation method. The result in research is using special event and Public Relations campaign to socialize Garuda Indonesia through cooperation and partnership. This research concludes that garuda indonesia gets some facilities that are used in company socialization. This cooperation proves that garuda Indonesia able get more benefits than traditional socialization ways. (T)

Keywords

Strategy, Public Relations, Special Event, Public Relations Campaign