

## ABSTRAK

Perkembangan ekonomi tentunya memberikan perubahan besar terhadap suatu negara seperti negara maju. Suatu negara semakin memiliki kemajuan, maka semakin banyak pula orang yang terdidik dan banyak orang yang menganggur. Oleh karena itu sangat penting membangun perekonomian kerakyatan yang mengarah kepada kewirausahaan. Kewirausahaan tersebut lebih kepada pelaku ekonomi yang berasal dari usaha kecil.

Sesuai dengan Keputusan Menteri Keuangan Indonesia Nomor: 60/KMK.016/1996 : setiap BUMN berkewajiban untuk melaksanakan program kemitraan dengan usaha kecil yaitu dalam bentuk penyaluran pinjaman maupun berbentuk hibah, serta melaksanakan program bina lingkungan kepada usaha kecil terutama yang ada di sekitar daerah operasional perseroan. dalam melakukan kegiatan Program Kemitraan tentunya melalui beberapa tahapan dalam Strategi komunikasi. Untuk itu Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana Strategi Komunikasi PT. Len Industri (Persero) dalam Program Kemitraan sebagai upaya pengembangan UKM.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Adapun pengumpulan data yang dilakukan adalah melalui wawancara dengan memanfaatkan empat orang *key informants* yaitu kepada Manajer komunikasi Korporasi, Koordinator PKBL serta dua Mitra Binaan PT. Len. Kemudian melakukan observasi yang berkaitan dengan penelitian dan studi kepustakaan dengan memanfaatkan sejumlah buku-buku atau bahan lainnya yang berkaitan dengan ilmu komunikasi dan ilmu *Public Relations*.

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Program Kemitraan dilakukan tidak hanya meminjamkan dana saja melainkan bersifat sosial namun pelaksanaannya dengan bentuk pendekatan ekonomi. Dalam strategi komunikasi Program Kemitraan, keseluruhan terstruktur secara dan telah berjalan sesuai tahapannya dengan baik dan efektif, sehingga apa yang menjadi tujuan jangka pendek maupun jangka panjang dari Program Kemitraan PT. Len berjalan dengan baik dan lancar sebagai upaya pengembangan UKM.

**Kata Kunci: Startegi Komunikasi, PT. Len Industri (Persero), Program Kemitraan, UKM**

## ABSTRACT

Economic development certainly gave the big changes against a country as developed countries. A country increasingly have progress, the more educated people and also a lot of people who are unemployed. It is therefore very important to build a populist economy leads to entrepreneurship. The more entrepreneurial economy that comes from small businesses.

In accordance with the decision of the Minister of Finance of Indonesia number: 60/KMK. 016/1996: every STATE-OWNED ENTERPRISE is obliged to carry out the program of partnership with small businesses, namely in the form of loans or grants-shaped distribution, and implement community development program to small businesses especially around the area of operations of the company. in conducting the activities of the Partnership Program course through several stages in the communication strategy. For that this research was conducted to see how the communication strategy of PT. Len industries (Persero) in the Partnership Program as the SME development efforts.

This research used the qualitative method with approach case studies. As for the data collection was conducted through interviews with four men k  informants i.e. to Corporate Communications Manager, Coordinator and two assisted SMEs PKBL PT. Len. Then make an observation with regard to research and study library by making use of a number of books or other materials related to communication sciences and the science of Public Relations.

Based on research conducted, we can conclude that existing partnership is not only lend of it but social but the implementation in the shape of this economics .In staregi communication existing partnership, a structured whole in and have stalked levels in accordance with good and effective, so what become the destination of short-term as well as a long period of existing partnership PT.Len run well and smoothly as an effort to the development of sme

**Keywords:** Communication Strategy, PT. Len (Persero), Industry Partnership Program, SMES