

ABSTRAK

Rating dalam industri penyiaran memiliki peran sentral bagi keberlanjutan saluran dan tayangannya. SEA Today merupakan saluran penyiaran televisi asal Indonesia yang berbasis bahasa Inggris, namun meskipun sudah berdiri selama tiga tahun masih sedikit orang yang tahu tentang keberadaan SEA Today. Oleh karena itu, kegiatan hubungan eksternal seperti Piknik Hijau-Hijau menjadi salah satu strategi komunikasi paling ideal untuk menyebarkan *brand awareness*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji perencanaan, pengelolaann, dan evaluasi komunikasi eksternal teutama kegiatan hubungan eksternal dengan Uni Eropa sebagai strategi komunikasi SEA Today pada acara Piknik Hijau-Hijau melalui pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan studi pustaka, studi dokumen, dan wawancara mendalam dengan dua informan kunci dan tiga informan pendukung. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa SEA Today selalu melakukan analisa audiens sebelum menerima kerjasama dari eksternal, mengemas pesan dengan cara yang menarik dan sesuai dengan target audiens, dan mencatat evaluasi penting untuk diperbaiki. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa eksternal dengan Uni Eropa sebagai strategi komunikasi SEA Today pada acara Piknik Hijau-Hijau sudah tepat sasaran dan dapat menambah kepercayaan publik.

Kata Kunci: Hubungan Eksternal, Humas, Kesadaran Merek, Pemangku Kepentingan, Strategi Komunikasi