

ABSTRAK

Indah Sulistiana Gunawan: Strategi *Public Relations* dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Lembaga (Analisis Deskriptif pada Humas Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat).

Citra positif sebuah instansi pemerintahan merupakan aset yang berharga dalam membangun kepercayaan dan hubungan baik dengan masyarakat. Di tengah dinamika komunikasi dan peran media sosial, Humas (Hubungan Masyarakat) memainkan peran krusial dalam membentuk persepsi publik terhadap lembaga tersebut. Hal ini dilakukan Humas Dispusipda Jabar dalam melakukan upaya meningkatkan citra positif instansi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan humas Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat dalam upaya meningkatkan citra positif lembaga melalui konsep *Four Step Public Relations* yang digagas oleh Cutlip, Center, dan Broom yang terdiri dari identifikasi masalah (*defining public relations problem*), perencanaan dan pemrograman (*planning and programming*), pelaksanaan dan pengkomunikasian (*taking action and communicating*), dan evaluasi program (*evaluating the program*).

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan paradigma konstruktivistik dengan pendekatan kualitatif. Adapun metode penelitian yang digunakan ialah metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi non partisipan, wawancara yang mendalam, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Humas Dispusipda Jabar telah melaksanakan banyak strategi dalam upaya meningkatkan citra positif lembaga selaras dengan empat tahap *Public Relations* yaitu tahap pertama, pendefinisian masalah yang dilakukan dengan analisis media online, koordinasi dalam mengumpulkan informasi, dan layanan pengaduan masyarakat. Tahap kedua merupakan tahap perencanaan dan pemrograman yang dilakukan dengan penyesuaian konten serta diskusi tim internal dan eksternal. Tahap ketiga merupakan tahap pelaksanaan dan pengkomunikasian yang dilakukan melalui pembuatan konten, serta pengunggahan konten. Tahap terakhir adalah tahap evaluasi yang dilakukan dengan monitoring media online, grafik pengunjung, dan evaluasi perbandingan.

Kata Kunci: Strategi, Humas, Citra, Lembaga.

ABSTRACT

Indah Sulistiana Gunawan: *Public Relations Strategy in Efforts to Improve the Positive Image of the Institution (Descriptive Analysis on Public Relations of the Regional Library and Archives Office of West Java Province).*

A positive image of a government agency is a valuable asset in building trust and good relations with the community. In the midst of communication dynamics and the role of social media, Public Relations (PR) plays a crucial role in shaping public perception of the agency. This is done by the Public Relations of West Java Dispusipda in making efforts to improve the positive image of the agency.

This research aims to determine the strategies carried out by the public relations of the Regional Library and Archives Office of West Java Province in an effort to improve the positive image of the institution through the concept of Four Step Public Relations initiated by Cutlip, Center, and Broom which defining public relations problems, planning and programming, taking action and communicating, and evaluating the program.

This research was conducted using a constructivistic paradigm with a qualitative approach. The research method used is descriptive method with data collection techniques through non-participant observation, in-depth interviews, and documentation.

The results of this study conclude that the Public Relations of West Java Dispusipda has implemented many strategies in an effort to improve the positive image of the institution in line with the four stages of Public Relations, namely the first stage, defining the problem carried out by analyzing online media, coordination in collecting information, and community complaint services. The second stage is the planning and programming stage carried out by adjusting content and internal and external team discussions. The third stage is the implementation and communication stage carried out through content creation, as well as content uploading. The last stage is the evaluation stage which is carried out by monitoring online media, visitor charts, and comparative evaluation.

Keywords: *Strategy, Public Relations, Image, Institution.*