

## ABSTRAK

**Gita Cita Pertiwi** : Strategi *Public Relations* Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung Dalam Membangun Citra.

Strategi *Public Relations* dilakukan lembaga untuk mengkomunikasikan suatu produk baik berupa barang atau jasa dengan publik, namun juga digunakan sebagai aktivitas mengkomunikasikan citra lembaga kepada publiknya. Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung melaksanakan strategi *public relations* sebagai bentuk memperkenalkan identitas serta menciptakan citra yang baik dari publiknya. Proses perencanaan yang dilakukan Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung bertujuan untuk mendapatkan citra yang baik sebagai lembaga yang memberikan pelayanan yang baik serta memberikan manfaat dan penyelesaian dalam bidang ketenagakerjaan. *Corporate branding* salah satu yang dibangun dengan kuat akan memberikan citra baik bagi organisasi, sehingga mampu menciptakan kepercayaan dari stakeholder.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses strategi *public relations* yang dilakukan Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung menggunakan model VCI (*Vision, Culture, Image*) melalui tahapan *strategic vision* atau strategi serta upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan, *organizational culture* atau nilai serta budaya yang diyakini dan dipercaya, dan *stakeholder images* atau upaya untuk mendapatkan serta mempertahankan citra yang ingin diperoleh dari stakeholder.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif, metode yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif, dengan sumber data primer dan sekunder yang diperoleh melalui teknik pengumpulan data melalui tahap wawancara mendalam dan observasi partisipatori pasif. Analisis data yang digunakan ialah pengolahan data, resensi data, pengelompokan data, pendeskripsian data dan interpretasi data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung berhasil melakukan strategi *public relations* melalui model *brand toolkit* dengan tahapan konsep VCI, dengan indikator sebagai berikut: pertama, *strategic vision* yaitu dengan menerapkan strategi pelayanan baik, pemberdayaan, dan publikasi, kedua yaitu *organizational culture* dengan membangun budaya kekeluargaan yang diterapkan melalui kolaborasi, pembinaan dan rekapitulasi, ketiga yaitu *stakeholder images* dengan melakukan upaya menciptakan serta menjaga citra baik dengan menjaga hubungan yang baik serta tetap melakukan transparansi kepada para stakeholder.

**Kata Kunci** : Strategi, *Public Relations*, Citra, Ketenagakerjaan.

## **ABSTRACT**

***Gita Cita Pertiwi: Public Relations Strategy of the Employment Office of Bandung City in Building Image.***

*Public Relations strategies are carried out by institutions to communicate a product in the form of goods or services with the public, but are also used as an activity to communicate the image of the institution to its public. The Employment Service of Bandung City implements a public relations strategy as a form of introducing identity and creating a good image of the public. The planning process carried out by the Bandung City Manpower Office aims to get a good image as an institution that provides good services and provides benefits and solutions in the field of employment. Corporate branding one that is built strongly will provide a good image for the organization, so as to create trust from stakeholders.*

*This research was conducted to find out how the public relations strategy process carried out by the Bandung City Manpower Office uses the VCI (Vision, Culture, Image) model through the stages of strategic vision or strategies and efforts made to achieve goals, organizational culture or values and culture that are believed and trusted, and stakeholder images or efforts to obtain and maintain the image that stakeholders want to obtain.*

*This research uses a constructivism paradigm with a qualitative approach, the method used is descriptive qualitative method, with primary and secondary data sources obtained through data collection techniques through in-depth interviews and passive participatory observation. The data analysis used is data processing, data review, data grouping, data description and data interpretation.*

*The results of this study indicate that the Bandung City Manpower Office has successfully carried out a public relations strategy through the brand toolkit model with the stages of the VCI concept, with the following indicators: first, strategic vision by implementing a strategy of good service, empowerment, and publication, second, organizational culture by building a family culture that is implemented through collaboration, coaching and recapitulation, third, stakeholder images by making efforts to create and maintain a good image by maintaining good relationships and maintaining transparency to stakeholders.*

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