

RINGKASAN

Perencanaan Strategis Public Relations Dalam Meningkatkan Corporate Image BPPT

Deodatus Damba Pradisa¹⁾, Emma R. Aliudin²⁾, Reni Dyanasari²⁾

¹⁾ *Student of Communication Science Department, Pembangunan Jaya University*

²⁾ *Lecturer of Communication Science Department, Pembangunan Jaya University*

Setiap lembaga pemerintahan dan non-kepemerintahan pasti mempunyai citra yang disadari atau tidak melekat pada perusahaan tersebut. *Corporate image* merupakan hasil respon konsumen pada keseluruhan penawaran yang diberikan perusahaan dan didefinisikan sebagai sejumlah kepercayaan, ide-ide, dan kesan masyarakat pada suatu organisasi. *Image* sebuah lembaga merepresentasikan nilai-nilai seseorang dan kelompok-kelompok masyarakat yang mempunyai hubungan dengan organisasi tersebut. Oleh karena itu, Public Relations memfokuskan tujuan untuk meningkatkan *corporate image*. Dalam meningkatkan *corporate image*, Public Relations menggunakan sembilan fase model Smith, yaitu meliputi tahapan dari (1) Analisis situasi; (2) Analisis organisasi; (3) Analisis khalayak; (4) Menetapkan tujuan dan sasaran; (5) Merancang aksi dan respon pesan; (6) Membuat strategi pesan; (7) Membuat taktik komunikasi; (8) Melakukan implementasi strategi; dan yang terakhir (9) Evaluasi terhadap strategi komunikasi, guna membantu dalam membuat perencanaan strategis. Objek penelitian ini adalah Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (BPPT), merupakan instansi pemerintah yang dituntut untuk menerapkan praktik *good corporate governance*. BPPT berhasil meningkatkan *corporate image*-nya melalui program komunikasi yang komprehensif. Karena keberhasilan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai perencanaan strategis Public Relations yang dilakukan oleh humas BPPT dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode wawancara mendalam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa BPPT melakukan semua langkah perencanaan strategis Public Relations mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi dan mengimplementasikannya. Temuan dalam penelitian ini adalah perencanaan strategis Public Relations diturunkan dalam rencana strategis lalu diberikan kepada setiap unit kerja.

Kata Kunci: BPPT, Perencanaan Strategis Public Relations, *Corporate Image*.

Pustaka : 47
Tahun Publikasi : 2009 – 2019