

ABSTRAK

Public Relations merupakan bagian penting dalam suatu lembaga atau perusahaan, PR sendiri dapat menjadi jembatan untuk penyampaian informasi bagi para *stakeholdernya*. Fungsi paling dasar PR dalam Pemerintah adalah membantu menjabarkan dan mencapai tujuan program Pemerintah, meningkatkan sikap responsif pemerintah, serta memberi publik informasi yang cukup untuk dapat melakukan pengaturan diri sendiri (Lattimore 2010). Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek pada bulan april tahun 2021, pemberitaan bersentimen netral lebih mendominasi dengan 1.053 berita atau 51,12%. Diikuti oleh pemberitaan bersentimen positif dengan 1.005 berita atau 48,79%. Sementara itu untuk berita negatif terdapat 2 berita (0,10%) (Monitoring 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan program kerja humas sebagai strategi komunikasi yang digunakan BPTJ dalam membentuk citra positif. Penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi menurut Onong Uchjana Efendy dalam bukunya yang berjudul dimensi-dimensi Komunikasi mengenai strategi komunikasi dan faktor yang mempengaruhi serta perancangan strategi hingga pemilihan media komunikasi.

Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan paradigma *post positivisme*, sedangkan Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dan memfokuskan penelitian pada periode tahun 2022 yang sudah berjalan dan yang akan datang tahun 2023. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini mendapatkan kesimpulan bahwa Humas BPTJ dalam menjalankan strategi komunikasi menggunakan metode penyampaian informasi dengan komunikasi dua arah. Kegiatan komunikasi Humas BPTJ disusun berdasarkan kegiatan prioritas pada masing-masing Direktorat dan Bagian, sehingga memiliki perencanaan yang matang dalam penyampaian informasi kepada publik. Beberapa kegiatan komunikasi yang menjadi strategi dan diimplementasi oleh Humas BPTJ seperti kampanye jalan hijau, diskusi isu dengan pakar transportasi, *presbackground*, *press tour*, pameran dan jumpa pers akhir tahun. Humas BPTJ dalam penyampaian informasinya membagi menjadi 3 cara melalui *below the line*, *above the line*, dan *new media*. Dengan implementasi strategi komunikasi yang diterapkan BPTJ berhasil mendapatkan predikat sangat baik pada survey kepuasan masyarakat di tahun 2022 serta mendapatkan predikat transportasi publik ramah anak dari Komisi Perlindungan Anak Indonesia Daerah (KPAID) Kota Bogor. Ini menunjukkan bahwa BPTJ mendapatkan citra positif melalui program kerja yang telah diterapkan Humas BPTJ.

Kata Kunci : *Strategi Komunikasi, Public Relations, Citra*

ABSTRACT

Public Relations is an important part of an institution or company, Public Relations itself can be a bridge to convey information to its stakeholders. The most basic public relations function in government is to help describe and achieve government program objectives, increase government responsiveness, and provide the public with sufficient information to be self-regulating (Lattimore 2010). Greater Jakarta Transport Authority (Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek / BPTJ) in April 2021, news with neutral sentiment dominated with 1,053 news or 51.12%. Followed by positive sentiment news with 1,005 news or 48.79%. Meanwhile for negative news there are 2 news (0.10%) (Monitoring 2021).

This study aims to describe the public relations work program as a communication strategy used by BPTJ in forming a positive image. This study uses the theory of communication strategy according to Onong Uchjana Efendy in his book entitled Communication dimensions regarding communication strategy and influencing factors as well as strategy design to the selection of communication media.

The approach in this research is qualitative with a post-positivism paradigm, while the research method used in this study is descriptive qualitative and focuses on research in the period 2022 which has been running and which will come in 2023. Data collection in this study used observation, in-depth interviews and documentation.

The results of this study concluded that BPTJ Public Relations in carrying out the communication strategy used the method of conveying information with two-way communication. BPTJ Public Relations communication activities are structured based on priority activities in each Directorate and Section, so that they have careful planning in conveying information to the public. Some of the communication activities that became a strategy and were implemented by BPTJ Public Relations such as the green road campaign, discussion of issues with transportation experts, presbackground, press tours, exhibitions and year-end press conferences. BPTJ Public Relations in conveying information divides into 3 ways through below the line, above the line, and new media. With the implementation of the communication strategy implemented, BPTJ managed to get an excellent predicate on a community satisfaction survey in 2022 and get the title of child-friendly public transportation from the Bogor City Regional Indonesian Child Protection Commission (KPAID). This shows that BPTJ gets a positive image through work programs that have been implemented by BPTJ Public Relations.

Keywords : Communication Strategy, Public Relations, Image