

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Pada tahun 2018, KPID Jawa Barat banyak menerima aduan dari masyarakat mengenai lagu-lagu yang dianggap vulgar yang disiarkan oleh lembaga penyiaran. Hingga akhirnya KPID Jawa Barat membuat surat edaran membatasi beberapa lagu untuk disiarkan, hal tersebut sempat menimbulkan penolakan dari masyarakat dan sejumlah musisi. KPID Jawa Barat mengundang para ahli dan perwakilan industri penyiaran melalui sejumlah Diskusi Kelompok Terpandu. Pleno terakhir pada Oktober 2018 memutuskan, lagu-lagu tersebut tidak sesuai dengan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS).



Gambar 1. 1

Artikel Pembatasan Lagu oleh KPID Jawa Barat

Sumber: Voa Indonesia, 2023

Dua lagu yang dibatasi oleh KPID Jawa Barat diantaranya adalah lagu dengan judul *That's What I Like* dan *Vercace On The Floor* milik penyanyi Bruno Mars, hal tersebut membuat Bruno Mars mengunggah komentar pada akun twitter pribadinya terkait dasar regulasi batasan tersebut.



Gambar 1. 2

Unggahan Bruno Mars Pada Twitter

Sumber: Twitter @BrunoMars, 2023

Komisi Penyiaran Indonesia Daerah atau KPID adalah sebuah lembaga negara independen di Indonesia yang didirikan di setiap Provinsi berfungsi sebagai regulator penyelenggaraan penyiaran di setiap Provinsi di Indonesia. Dasar hukum pembentukannya adalah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) adalah sebuah lembaga negara independen di Indonesia yang kedudukannya setingkat dengan lembaga negara lainnya yang berfungsi sebagai regulator penyelenggaraan penyiaran di Indonesia. Komisi ini berdiri sejak tahun 2002 berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2022 Tentang Penyiaran.

Terbitnya Undang Undang no. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, maka semenjak 28 Desember 2002 dimulailah babak baru penyelenggaraan sistem penyiaran. Paradigma baru tersebut adalah dengan semakin terlibatnya peran serta dan partisipasi publik dalam penyelenggaraan dunia penyiaran di Indonesia. Undang undang no 32 Tahun 2002 telah mengamanatkan tentang perlunya kehadiran sebuah lembaga bersifat independen yang merupakan representasi publik. Amanat dari Undang undang tersebut kemudian diwujudkan dengan pembentukan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Komisi Penyiaran Indonesia adalah lembaga yang terdiri dari Komisi Penyiaran Indonesia Pusat dibentuk ditingkat pusat dan Komisi Penyiaran Indonesia daerah (KPID) yang dibentuk ditingkat provinsi.

Berkaca dengan itu, KPID Jawa Barat berharap masyarakat mempunyai identitas dan citra positif terhadap KPID. Salah satu caranya adalah melalui program magang yang melibatkan publik eksternal yaitu pelajar dan mahasiswa dari berbagai instansi pendidikan di Jawa Barat, dengan itu secara tidak langsung KPID Jawa Barat juga dapat bekerja sama dengan instansi pendidikan terkait.

Identitas dan Citra perusahaan adalah dua istilah yang sering kali dipersamakan satu sama lain padahal keduanya memiliki perbedaan yang cukup mendasar. Identitas perusahaan (*corporate identity*) adalah apa yang organisasi komunikasikan (*what organization communicates*), baik secara terencana maupun tidak terencana melalui berbagai tanda. Citra perusahaan (*corporate image*) adalah bagaimana pandangan publik terhadap perusahaan. Ia berhubungan dengan persepsi dan interpretasi yang muncul di kepala khalayak (penerima pesan) terhadap identitas perusahaan (Suwatno, 2018).

Identitas terdiri dari atribut-atribut yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah organisasi. Atribut-atribut harus diterima baik di lingkungan internal maupun eksternal organisasi. Untuk itu, setiap organisasi perlu memiliki identitas yang sesuai dengan audiens yang menjadi targetnya.

Suwatno (2018: 44) mengutip pendapat Selame dan Selame yang menjelaskan bahwa identitas perusahaan adalah pernyataan visual perusahaan kepada dunia tentang siapa dan apa perusahaan itu-tentang bagaimana perusahaan memandang dirinya sendiri-dan karena itu memiliki banyak hal yang berkaitan dengan bagaimana dunia memandang perusahaan.

Citra perusahaan didefinisikan sebagai “*the global evaluation (comprised of a set of beliefs and feelings) a person has about an organization*” (penilaian global yang terdiri dari seperangkat keyakinan dan perasaan yang setiap orang miliki tentang sebuah organisasi). Citra perusahaan tersebut merupakan kesan publik terhadap perusahaan berdasarkan pada pengetahuan dan pengalaman mereka.

Setiap perusahaan memiliki *personality*nya masing-masing yang mengekspresikan identitas perusahaan tersebut (*corporate identity*). Identitas perusahaan tidak hanya mencakup aspek desain seperti logo, warna, typeface, house style, dan performa fisik lainnya, tetapi juga elemen yang tidak berwujud seperti perilaku, budaya, nilai, misi, gaya komunikasi dan asosiasinya. Mengelola identitas perusahaan sama artinya dengan mengidentifikasi citra yang benar bagi sebuah organisasi dan mengomunikasikannya secara efektif. Dalam hal ini, aspek yang sangat vital adalah memotivasi seluruh pemegang kepentingan (*stakeholders*) yang ada, termasuk di dalamnya adalah para karyawan, pemegang saham, dan konsumen.

Seorang praktisi *public relations* harus mampu mengembangkan ketrampilan dalam mendapatkan informasi dari berbagai sumber. Mereka juga harus mampu mengembangkan hubungan dan kerja sama dengan seluruh divisi perusahaan, sehingga terbentuk sebuah team kerja yang solid. Selain itu Seorang praktisi *public relations* juga harus bisa menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim yang menguntungkan organisasi perusahaan.

Menurut Neni (dalam Mutiara, 2017) *Public Relations* bertujuan untuk menciptakan, memelihara dan meningkatkan citra yang baik dari organisasi atau perusahaan kepada publik yang disesuaikan dengan kondisi-kondisi daripada publik yang bersangkutan dan memperbaikinya jika citra tersebut menurun atau rusak. Bagi *public relations*, menyadari citra baik tidak hanya terkait dengan bentuk gedung, prestasi publikasi dan lain sebagainya, tetapi terkait pada bagaimana organisasi tersebut mencerminkan sebagai organisasi yang dipercayai, memiliki kekuatan, mengadakan perkembangan secara berkesinambungan yang terbuka untuk dikontrol, dievaluasi, dapat dikatakan bahwa citra tersebut merupakan gambaran komponen yang kompleks.

Public Relations merupakan mediator yang berada antara pimpinan organisasi dengan publiknya, baik dalam upaya membina hubungan masyarakat internal maupun eksternal. Sebagai publik, mereka berhak mengetahui rencana kebijaksanaan aktivitas, program kerja dan rencana usaha-usaha suatu organisasi/perusahaan. Di dalam *public relations* diperlukan strategi program kerja agar tujuan pada suatu perusahaan dapat terlaksana dengan maksimal. Strategi diartikan sebagai kiat, cara, dan taktik utama yang dirancang dalam melaksanakan fungsi manajemen yang terarah pada tujuan strategi organisasi.

Dalam *Public Relations* terdapat suatu usaha untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara sesuatu badan dengan publiknya, usaha untuk memberikan atau menanamkan kesan yang menyenangkan, sehingga akan timbul opini publik yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup badan tersebut. Hal ini dapat dilaksanakan oleh *Public Relations* dengan menunjukkan hal-hal yang positif tentang apa yang telah dilaksanakan dan direncanakan, dalam penelitian ini usaha yang dilakukan yaitu dengan membuat Program *Mager* yang bertujuan untuk mewujudkan hubungan harmonis antara KPID Jawa Barat dengan instansi pendidikan. Memberikan keterangan dan penjelasan kepada publik dengan jujur, sehingga publik merasa *well-informed* dan di-ikut-sertakan dalam usaha-usaha badan tersebut.

Public Relations adalah sebuah fungsi manajemen yang khas yang membantu dalam membangun dan memelihara hubungan mutualistik dari komunikasi, pemahaman,

penerimaan, dan kerja sama antara organisasi dan publik; melibatkan manajemen masalah atau isu; membantu manajemen untuk terus memperoleh informasi dan responsif terhadap opini publik; mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum; membantu manajemen untuk terus mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; berfungsi sebagai sistem peringatan dini untuk membantu mengantisipasi tren; serta memanfaatkan penelitian dan teknik komunikasi etis sebagai alat utamanya (Suwatno, 2018: 3).

Di tahun 2021, Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Provinsi Jawa Barat mengadakan Program yang bernama Magang Rasa Kerja atau Program *Mager*. Program Magang Rasa Kerja ini diikuti oleh siswa dan mahasiswa aktif dari berbagai perguruan tinggi di Jawa Barat, kegiatan yang dilakukan di Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Provinsi Jawa Barat merupakan bagian dari program kerjasama antara perguruan tinggi dengan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Provinsi Jawa Barat. Ini sebagai bagian dari usaha literasi media dan membangun kepedulian perguruan tinggi terhadap penyiaran yang sehat di Jawa Barat.

Magang atau pelatihan kerja lapangan (PKL) dilakukan sebagai bentuk implementasi dari ilmu yang didapat di bangku sekolah atau kuliah, kemudian dipraktekkan di tempat kerja (sementara). Pada umumnya magang dianggap sebagai bentuk latihan, sehingga tidak sedikit yang menganggapnya sebagai formalitas semata. Padahal di lapangan, pelajar dan mahasiswa harus sudah mencoba untuk merasakan dunia kerja yang sesungguhnya. Artinya, setiap orang yang melakukan magang, tidak lagi menganggapnya sebagai latihan sehingga menjadi tidak serius atau bahkan ingin banyak dimaklumi, baik secara wawasan maupun keterampilan (Tabroni, 2021). Para pelajar dan mahasiswa biasanya melaksanakan kegiatan magang di sebuah perusahaan atau lembaga, salah satu lembaga yang dapat dijadikan tempat untuk kegiatan magang adalah KPI.

Di KPID Jawa Barat, program magang didesain secara khusus untuk mencoba memberikan tradisi baru, agar pelajar dan mahasiswa merasakan benar-benar berada di dunia kerja. Program ini merupakan program tanpa anggaran, maka peserta tidak akan mendapatkan gaji ketika menyelesaikan magang. KPID Jawa Barat mempunyai tujuan yaitu ingin memberikan kesempatan dan peluang seluas luasnya bagi siswa dan mahasiswa dari berbagai jurusan, selanjutnya yaitu ingin memberikan bekal dan ilmu pengetahuan tentang dunia penyiaran dan pengalaman kerja di dunia penyiaran, dan yang terakhir untuk mempersiapkan peserta magang dari sisi *attitude* supaya peserta magang siap dan disiplin ketika benar-benar memasuki dunia kerja yang sebenarnya. Walaupun

secara sepintas KPID dianggap sebagai domain orang komunikasi atau penyiaran, tetapi KPID memiliki tugas dan fungsi yang terkadang belum dipahami secara menyeluruh. Karenanya, KPID Jawa Barat, selain menuntut keserius kerja dari peserta magang, juga memberikan wawasan dan pengetahuan terlebih dahulu terkait dengan apa yang akan dilakukannya sebelum magang secara praktis.

Program magang rasa kerja ini merupakan inisiatif murni dari KPID Jawa Barat dan tidak ada kaitannya dengan pemerintah, maka apabila program ini tidak dilaksanakan tidak akan ada teguran dari pemerintah khususnya diskominfo. KPID Jawa Barat melihat adanya peluang yang tidak dimiliki oleh institusi lain di Jawa Barat, yaitu peluang pengawasan isi siaran. KPID Jawa Barat ingin membagikan pengalaman dan pengetahuan di bidang pengawasan isi siaran ini kepada siswa maupun mahasiswa untuk dapat mengetahui dan bisa melakukan hal tersebut, program magang rasa kerja hanya ada di KPID Jawa Barat. Ketika KPID Jawa Barat membuka Program *Mager* dengan sejumlah tata aturan dan pelayanan yang maksimal, KPID Jawa Barat berharap peserta magang mempunyai citra yang positif. Yang akan didapatkan oleh peserta selama magang berlangsung yaitu wawasan tentang tugas pokok dan fungsi KPID Jawa Barat, wawasan dunia kepenyiaran, wawasan regulasi terkait dengan KPI/KPID dan penyiaran, P3SPS, peraturan pemerintah, peraturan KPI, wawasan literasi media, wawasan pengawasan isi siaran, wawasan kehumasan dan pengalaman.

Terdapat beberapa hal yang menjadi pembeda dengan magang di periode sebelumnya, yang pertama adalah tahap pendaftaran yaitu di periode 2020/2023 ini pendaftaran peserta magang bersifat *online* dengan menyertakan CV dan portofolio. Pembeda yang kedua adalah pelebaran disiplin ilmu, yaitu program magang di KPID Jawa Barat terbuka untuk mahasiswa dari segala jurusan dan bukan hanya dari ilmu komunikasi, dengan tujuan bahwa dunia penyiaran itu membutuhkan orang dari segala jurusan. Pembeda selanjutnya adalah pada periode 2020/2023 KPID Jawa Barat membuat tata tertib dan buku panduan sebagai acuan bagi mahasiswa magang, dan yang terakhir yaitu KPID Jawa Barat membuka pencabangan yang tidak hanya di divisi pemantauan melainkan untuk jurnalistik dan humas yang langsung dipegang oleh komisioner.¹

KPID Jawa Barat termasuk kedalam salah satu KPID Provinsi yang giat melakukan sosialisasi literasi media, sosialisasi literasi media yang telah digaungkan KPID Jawa Barat pada dasarnya adalah membangun kesadaran masyarakat akan jati diri

¹ Wawancara dengan Bapak Roni Tabroni, April 2023

kedaerahannya. Isi siaran bernuansa kesenian, budaya, etika dan nilai kedaerahan adalah keunggulan utama yang dimiliki lembaga penyiaran lokal. Pada periode 2015/2018, bentuk literasi yang dilakukan adalah melalui media massa seperti radio dan televisi, melalui media sosial dan website, juga secara langsung melalui *workshop* dan seminar. Sasaran dari kegiatan sosialisasi adalah lembaga pendidikan, organisasi masyarakat, organisasi kepemudaan dan masyarakat secara umum.

Di dalam Program *Mager* terdapat pekerjaan mengenai pengawasan isi siaran, jurnalistik dan humas. Untuk pengawasan isi siaran, peserta magang melakukan pemantauan siaran televisi dan radio di Jawa Barat. Selanjutnya akan ada peserta magang yang diposisikan di bidang jurnalistik humas, dari sisi kerjanya jurnalistik humas itu dihidupkan di dalam Program *Mager* dengan cara membuat konten-konten mengenai KPID Jawa Barat, tentang kinerja, tupoksi dan *statment-statment*. Jadi di dalam Program *Mager* itu terdapat kehumasan secara kinerja dan terdapat kehumasan secara fungsi yang akhirnya dilakukan oleh 2 pihak yaitu komisioner KPID Jawa Barat dan peserta magang dengan membuat berita baik tertulis dan melalui *audio visual*. Dengan itu, diharapkan semakin banyak program dan peserta magang maka fungsi kehumasan akan semakin meningkat. Posisi Program *Mager* secara struktural itu diluar konteks kehumasan tetapi secara fungsional didalam programnya sendiri ditanamkan kinerja kerja dan fungsi kehumasan.

Secara program, magang rasa kerja ini terdapat pada bidang kelembagaan. Secara eksekusi, bidang kelembagaan ini berkoordinasi dengan bidang-bidang lainnya yang terkait dengan pembekalan yang nantinya semua bidang diharapkan dapat memberikan pembekalan. Selanjutnya dari sisi pekerjaan, walaupun bidang kelembagaan yang menjadi penyelenggara, pada saat melakukan pekerjaan Program *Mager* ini dibawah bidang isi siaran dan tim teknis termasuk kehumasan dan jurnalistik. Di KPID Jawa Barat tidak ada bidang khusus *public relations* atau humas secara struktural, namun secara fungsional bidang *public relations* atau humas ini dijalankan oleh bidang kelembagaan.

Bidang kelembagaan di KPID Jawa Barat sendiri memiliki tugas untuk memberikan edukasi kepada masyarakat umum melalui literasi supaya masyarakat dapat lebih melihat lagi mengenai media dan kritis ketika melihat media. Literasi ini dilakukan kepada berbagai elemen baik kampus, sekolah, organisasi masyarakat, masyarakat desa dan sebagainya. Media yang digunakan untuk literasi yaitu dapat secara tatap muka dan *online*, termasuk melalui lembaga penyiaran TV dan radio. Tugas selanjutnya yaitu membangun kolaborasi dengan berbagai pihak baik pemerintah, lembaga penyiaran dan

masyarakat termasuk bekerja sama dengan berbagai pihak untuk penguatan kelembagaan. Selain literasi media, terdapat edukasi dalam bentuk magang karena terdapat dua poin yaitu poin MOU dan poin edukasi yang dapat memberikan wawasan dan keterampilan di bidang penyiaran kepada siswa dan mahasiswa yang ada di Jawa Barat.

Peningkatan dan pengembangan sumber daya manusia perlu dilakukan secara berlanjut dan berkesinambungan (pendidikan seumur hidup). Salah satu model yang berkembang adalah program pendidikan luar kampus yaitu dalam bentuk magang. Magang dimaksudkan untuk mempersiapkan seseorang dalam rangka diantar untuk memasuki dunia kerja dan siap untuk bekerja. Melalui jalur pendidikan non formal tersebut (training, magang, latihan) maka setiap tenaga kerja akan siap pakai.

Pengalaman merupakan suatu pengetahuan atau keterampilan yang telah dikuasai seseorang yang diperoleh dari pembelajaran baik itu sengaja maupun tidak disengaja. Secara garis besar, pengalaman terbagi menjadi 2 yaitu yang pertama adalah pengalaman langsung yang diperoleh karena partisipasi langsung dan berbuat, dan yang kedua adalah pengalaman pengganti yang diperoleh melalui observasi langsung, melalui gambar, melalui grafis, melalui kata-kata dan melalui simbol. Melalui pengalaman magang diharapkan mahasiswa dapat memiliki kompetensi tertentu, yaitu tingkat pengetahuan, keterampilan dan etos kerja yang sesuai dengan tuntutan dunia kerja serta memberi pengakuan dan penghargaan terhadap pengalaman kerja sebagai bagian dari proses pendidikan (Suyanto et al., 2019).²

Kesiapan kerja adalah kemampuan mahasiswa untuk langsung terjun ke dunia kerja setelah lulus tanpa membutuhkan waktu penyesuaian yang lama di lingkungan kerja dengan didukung oleh kematangan fisik, kematangan mental serta pengalaman belajar yang sesuai kebutuhan dunia kerja. Jadi, pengalaman magang sesuai pada bidangnya merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk mencapai kesiapan kerja.

Selain pengalaman magang, hal lain yang mempengaruhi kesiapan kerja mahasiswa adalah motivasi kerja. Motivasi adalah suatu yang timbul oleh adanya rangsangan dari dalam diri maupun dari luar untuk mengadakan perubahan dari suatu keadaan pada keadaan yang diharapkan dan usaha untuk mencapai tujuan. Motivasi yang ada pada diri mahasiswa kan berpengaruh terhadap keberhasilan pencapaian tujuannya. Dengan adanya motivasi kerja yang tinggi, mahasiswa akan mempunyai dorongan untuk bisa mencapai

² Faradila Suyanto, Elvi Rahmi, dan Abel Tasman, "Pengaruh Minat Kerja dan Pengalaman Magang terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang", Vol. 2 No. 2, (5 Juni 2019), hlm. 188.

tujuannya. Dorongan tersebut membuat mahasiswa aktif untuk berlatih mempersiapkan diri memenuhi kriteria-kriteria yang diperlukan oleh dunia kerja (Uno, 2017).

Peneliti memilih Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Provinsi Jawa Barat ini karena memiliki program magang yang berbeda dengan lembaga lainnya dan lembaga ini sangat memiliki peran di masyarakat dalam hal menyelenggarakan lembaga penyiaran yang sehat di Jawa Barat maka peneliti melakukan penelitian ini dengan pendekatan studi kasus, studi kasus adalah salah satu metode penelitian ilmu-ilmu sosial. Secara umum studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkaitan dengan *how* dan *why*, bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) (Yin, 2015). Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Provinsi Jawa Barat melakukan berbagai hal untuk membangun kepercayaan masyarakat dengan melakukan sosialisasi melalui elektronik, media cetak, serta media sosial.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Strategi *Public Relations* Pada Bidang Kelembagaan KPID Jawa Barat Dalam Upaya Membangun Citra Lembaga Negara Independen Melalui Program *Mager* (Magang Rasa Kerja)”.

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian konteks penelitian diatas selanjutnya pada penelitian ini penulis mengambil fokus yaitu: Bagaimana Strategi *Public Relations* KPID Jawa Barat Dalam Upaya Membangun Citra Lembaga Negara Independen Melalui Program Magang Rasa Kerja?

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Kemudian bertolak dari fokus penelitian diatas maka penulis mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana proses *public relations* KPID Jawa Barat dalam merancang Program *Mager*?
- 2) Bagaimana 4 elemen citra perusahaan diterapkan dalam Program *Mager* KPID Jawa Barat?

- 3) Mengapa KPID Jawa Barat mengadakan Program *Mager* sebagai upaya membangun citra?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui bagaimana proses *public relations* KPID Jawa Barat dalam merancang Program *Mager*
- 2) Untuk mengetahui bagaimana 4 elemen citra perusahaan diterapkan dalam Program *Mager* KPID Jawa Barat
- 3) Untuk mengetahui mengapa KPID Jawa Barat mengadakan Program *Mager* sebagai upaya membangun citra

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan dan pendalaman Ilmu Komunikasi secara umum dan secara khusus, yaitu dalam lingkup *Public Relations* dan dapat menjadi referensi penelitian yang jauh lebih luas.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Untuk peneliti, penelitian ini diharapkan dapat mampu memberikan pengetahuan dan wawasan baru kepada peneliti dan mengenai studi kasus strategi *public relations* dan upaya membangun citra lembaga negara independen.
2. Untuk akademis, penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi dan memperluas wawasan tentang pengetahuan strategi *public relations* dan aplikasinya bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi dan juga mengenai studi kasus.
3. Untuk masyarakat, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tentang pengetahuan strategi *public relations*, serta memberi masukan kepada KPID Jawa Barat dalam penerapan strategi *public relations* dalam meningkatkan citra.