

**ANALISIS STRATEGI HUMAS KOPERASI SIMPAN PINJAM
SUAHERA BERSAMA (KSP-SB) DALAM MENINGKATKAN CITRA
DIMATA PUBLIK**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan**

**Disusun Oleh:
M. FIKRI AGIFARI
044115140**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JULI 2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

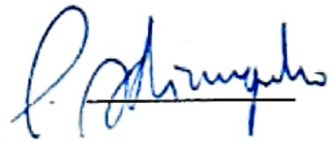
Nama : M. Fikri Agifari
NPM : 044115140
Judul : Analisis Strategi Humas Koperasi Simpan Pinjam Sejahtera
Bersama (KSP-SB) dalam Meningkatkan Citra Dimata
Publik

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Peuguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

DEWAN PENGUJI

Menyetujui

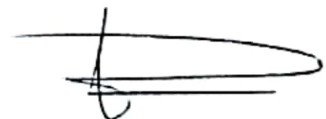
Pembimbing I : Prasetyo Adinugroho, M.I.Kom
NIK: 1.0616 049 760



Pembimbing II : Layung Paramesti Martha, M.Si
NIK: 1.0616 049 756



Pembaca : Yogaprasta Adinugraha, M.Si
NIK: 1.0641 025 628



Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 24 Juli 2020

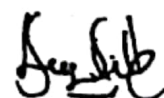
Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Dr. Agnes Setyowati H., M.Hum
NIK : 1 0295 006 229



Ketua Program Studi



Muslim.M.Si
NIK: 1 0909 048 513

ABSTRAK

M. Fikri Agifari. 044115140. 2020. Analisis Strategi Humas Koperasi Simpan Pinjam Sejahtera Bersama (KSP-SB) dalam Meningkatkan Citra di Mata Publik. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Dibawah bimbingan: Prasetyo Adinugroho dan Layung Paramesti Martha.

Saat ini banyak sekali lembaga atau organisasi memahami sekali perlunya memberi perhatian yang cukup untuk membangun suatu citra yang menguntungkan bagi suatu lembaga tidak hanya dengan melepas diri terhadap terbentuknya suatu kesan publik negatif. Citra adalah kesan, perasaan dan gambaran dari publik terhadap perusahaan atau lembaga, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi, biasanya dilakukan oleh public relation. Sebagaimana lembaga atau organisasi lainnya fungsi public relation dalam lembaga sangat dibutuhkan untuk membangun dan menciptakan citra positif bagi perusahaan. Hal ini juga dilakukan oleh Koperasi Simpan Pinjam Sejahtera Bersama dalam Meningkatkan Citra di Mata Publik. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan peran humas KSP-SB dalam mengetahui siapa saja yang di jadikan sasaran, mengetahui kegiatan komunikasi apa saja, sebagai mengetahui bagaimana hasil yang dicapai melalui penerapan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deksriptif analisis dengan pendekatan kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa objek humas KSP-SB di bagi menjadi dua yaitu masyarakat dan media. Kegiatan komunikasi yang digunakan yaitu menggunakan Strategi Humas yang di kemukakan oleh Rusllan 2016. Yaitu : Strategi operasional - pendekatan persuasif dan edukatif – Pendekatan tanggung jawab humas – Pendekatan Kerja sama dan Pendekatan kordinatif dan Intergratif. Hasil yang diperoleh dilakukan dengan pengukuran dampak kegiatan dengan melakukan pencatatan seberapa jauh hasil yang diperoleh dengan menggunakan persentasi. Selain tinjauan dengan menggunakan perhitungan dan persentasi, perolehan hasil pencitraan juga dilihat dari pencapaian prestasi.

Kata kunci: Strategi Humas, Kegiatan Humas, Meningkatkan Citra

ABSTRACT

M. Fikri Agifari. 044115140. 2020. *Analysis of Public Relations Strategies of the Joint Prosperous Savings and Loan Cooperative (KSP-SB) in Improving Public Image. Faculty of Social and Cultural Sciences, Communication Studies Study Program, Bogor University of Pakuan. Under the guidance of: Prasetyo Adinugroho and Layung Paramesti Martha.*

At present there are many institutions or organizations that understand the need to pay enough attention to build an image that is beneficial to an institution not only by breaking away from the formation of a negative public impression. The image is an impression of the image of the public towards the company or institution; the impression that intentionally created from an object, person or organization, is usually done by public realization. Like other institutions or organizations, the function of public realization in institutions is needed to build and create a positive image for the company. This is also done by the Joint Prosperous Savings and Credit Cooperative in Improving Public Image. The purpose of this study is to describe the role of KSP-SB public relations in knowing who is being targeted, knowing what communication activities, as knowing how the results achieved through application. The method used in this research is descriptive analysis method with a qualitative approach. The data collection techniques used are observation, interview and documentation. The results of this study found that the KSP-SB public relations object was divided into two: community and media. Communication activities used are using the Public Relations Strategy put forward by Rusllan 2016. Namely: Operational strategy - persuasive and educative approach - Public relations responsibility approach - Cooperation approach and coordinative and integrative approach. The results obtained are done by measuring the impact of activities by recording how far the results obtained by using a percentage. In addition to the review using calculations and percentages, the acquisition of imaging results is also seen from the achievements.

Keywords: Public Relations Strategy, Public Relations Activities, Improve image