

## ABSTRACT

The development of transportation, which experienced a sharp decline during 2020-2021, indicated that people's activities for traveling were very minimal. Due to the number of people traveling or just traveling out of town, there has been a sharp decline during the Covid-19 pandemic, so it is necessary to carry out a Public Relations Strategy to re-establish a Positive Image during the Pandemic.

The purpose of this study is to analyze how the role of an Expert Presciber, Communication Facilitator, Problem Solving Process Facilitator and Communication Technician build positive image in the Public Relations Strategy.

This study uses a descriptive qualitative approach with observation methods and in-depth interviews to determine the role of Public Relations of PT. KAI DAOP 2 Bandung in the Public Relations Strategy to form a Positive Image during the Pandemic.

It was found that the Expert Presciber, Communication Facilitator, Problem Solving Process Facilitator and Communication Technician created a positive image in PT. KAI DAOP 2 Bandung. The results of this research are theoretically expected to provide the development of thinking in Communication Studies, especially regarding the role and strategy of Public Relations.

**Keywords:** Public Relations Strategy, Image, The Role of Public Relations, Pandemic Covid – 19

## ABSTRAK

Perkembangan transportasi yang mengalami penurunan tajam sepanjang 2020 – 2021 tersebut mengindikasikan aktivitas masyarakat untuk bepergian sangat minim. Dikarenakan jumlah masyarakat yang berwisata atau sekedar bepergian keluar kota mengalami penurunan tajam selama masa pandemi Covid-19 sehingga perlu dilakukan Strategi Humas untuk membentuk Citra Positif kembali di masa Pandemi.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisa bagaimana peran penasehat ahli (*expert prescriber*), fasilitator komunikasi (*communication fasilitator*), fasilitator proses pemecahan masalah (*problem solving process fasilitator*), dan Teknisi Komunikasi (*communication technician*) membentuk Citra positif dalam Strategi Humas.

Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode observasi dan wawancara mendalam untuk mengetahui peran Humas PT.KAI DAOP 2 Bandung dalam Strategi Humas demi membentuk Citra Positif pada masa Pandemi.

Ditemukan bahwa Penasihat Ahli (*Expert Prescriber*), Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*), Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Fasilitator*) dan Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*) memunculkan citra positif di PT. KAI DAOP 2 Bandung. Hasil penelitian ini secara teori diharapkan dapat memberikan pengembangan pemikiran dalam Ilmu Komunikasi khususnya mengenai peran dan Strategi Humas.

**Kata Kunci** : Strategi Humas, Citra, Peran Humas, Pandemi Covid – 19

## RINGKESAN

Pangwangunan transportasi anu ngalaman turun seukeut dina taun 2020 ka 2021 nunjukkeun yén kagiatan masarakat pikeun ngumbara minimal pisan. Ku lantaran loba jalma henteu ngumbara atawa ngan ukur indit ka luar kota, turun pisan dina mangsa pandémik Covid-19, ku kituna perlu dilaksanakeun Stratégi Humas pikeun ngawangun deui Citra Positif dina mangsa Pandémik.

Tujuan tina ulikan ieu nya éta pikeun nganalisis kumaha peran panaséhat ahli (*expert prescriber*), fasilitator komunikasi (*fasilitator komunikasi*), fasilitator prosés ngaréngsékeun masalah (*fasilitator prosés pemecahan masalah*), jeung Teknisi Komunikasi (*teknisi komunikasi*) ngawangun citra anu positif dina Stratégi Humas.

Ulikan ieu ngagunakeun pamarekan kualitatif deskriptif kalawan métode obsérvasi jeung wawancara anu jero pikeun nangtukeun peran Humas PT.KAI DAOP 2 Bandung dina Stratégi Humas pikeun ngawangun Citra Positif dina mangsa Pandémik.

Kapanggihna panaséhat ahli (*expert prescriber*), fasilitator komunikasi (*fasilitator komunikasi*), fasilitator prosés ngaréngsékeun masalah (*fasilitator prosés pemecahan masalah*), jeung Teknisi Komunikasi (*teknisi komunikasi*) nyiptakeun Citra Positif di PT. KAI DAOP 2 Bandung. Hasil tina ieu ulikan dina téoritis dipiharep bisa méré kamekaran pamikiran dina Ilmu Komunikasi, hususna ngeunaan kalungguhan jeung stratégi Humas.

**Kata Kunci** : Strategi Humas, Citra, Peran Humas, Pandémik Covid – 19