

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Humas Mengenai *Brand Image* PT. TASPEN (PERSERO)”. Dimana subjek penelitian ini berjumlah 7 orang sebagai informan ahli/inti. Bertujuan untuk mengetahui strategi mengenai *brand image* yang dilakukan PT. TASPEN (PERSERO) dan mengetahui tahapan-tahapan untuk melaksanakan strategi mengenai *brand image* PT. TASPEN (PERSERO).

Teori yang digunakan menggunakan teori dari Stephen Robbins yang tertulis pada buku Effendy, Onong Uchjana. (2004) yang mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah penentu tujuan dan arah sikap serta persiapan untuk mendapatkan hal-hal yang diperlukan dalam jangka panjang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi deskriptif. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, menerangkan, menjelaskan dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok atau suatu kejadian. Dalam penelitian kualitatif, manusia merupakan instrument penelitian dan hasil penulisannya berupa kata-kata atau pernyataan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan paradigma penelitian kualitatif yang menurut Edmund Husserl yang dikembangkan oleh Max Weber, merupakan paradigma humanistik. Paradigma penelitian kualitatif yang sifatnya deskriptif analitis, komparatif, menitik beratkan pada makna dan data yang diperoleh dapat melalui hasil pengamatan dan analisis dokumen. Paradigma ini menilai bahwa perilaku manusia dilandasi oleh pemikiran ataupun doktrin yang dimiliki oleh individu, namun banyak unsur, aspek, dan hal lainnya yang membentuk perilaku tersebut.

## **ABSTRACT**

*This research entitled "Public Relations Strategy About The Brand Image of PT. TASPEN (PERSERO)". Where the subjects of this study amounted to 7 people as expert/core informants. Aims to find out the strategy regarding brand image carried out by PT. TASPEN (PERSERO) and know the stages to implement the strategy regarding the brand image of PT. TASPEN (PERSERO).*

*The theory used the theory from Stephen Robbins which is written in Effendy's book, Onong Uchjana. (2004) who said that the communication strategy is a determinant of goals and direction of attitude and preparation to get things that are needed in the long run.*

*The method used in this research is a qualitative approach with a descriptive study method. Qualitative descriptive research aims to describe, explain, and answer in more detail the problems to be studied by studying as much as possible an individual, a group or an event. In qualitative research, humans are the research instrument and the writing results are in the form of words or statements that are in accordance with the actual situation. In this study, the researcher applies a qualitative research paradigm which, according to Edmund Husserl, developed by Max Weber, is a humanistic paradigm. The qualitative research paradigm which is analytical descriptive, comparative, focuses on meaning and the data obtained can be through observation and document analysis. This paradigm considers that human behavior is based on thoughts or doctrines that are owned by individuals, but there are many elements, aspects, and other things that shape this behavior.*

## **RINGKESAN**

*Ieu panalungtikan dijudulan “Strategi Humas Ngeunaan Citra Merek PT. TASPEN (PERSERO)”. Dimana subjek dina ieu panalungtikan jumlahna 7 urang salaku informan ahli/inti. Tujuanana pikeun mikanyaho strategi ngeunaan citra merek anu dilaksanakeun ku PT. TASPEN (PERSERO) sarta nyaho tahap-tahap ngalaksanakeun stratégi ngeunaan brand image PT. TASPEN (PERSERO).*

*Téori anu digunakeun tiori ti Stephen Robbins anu ditulis dina buku Effendy, Onong Uchjana. (2004) anu nétélakeun yén stratégi komunikasi mangrupa determinan tujuan jeung arah sikep jeung persiapan pikeun meunangkeun hal-hal anu diperlukeun dina jangka panjang.*

*Métode anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta pamarekan kualitatif kalawan métode déskriptif ulikan. Panalungtikan déskriptif kualitatif miboga tujuan pikeun ngadéskripsikeun, ngajéntrékeun, ngajéntrékeun jeung ngajawab kalawan leuwih jéntré pasualan-pasualan nu rék ditalungtik ku cara ngulik saloba-lobana hiji individu, hiji kelompok atawa hiji kajadian. Dina panalungtikan kualitatif, manusa mangrupa instrumén panalungtikan sarta hasil nulisna mangrupa kecap atawa pernyataan anu luyu jeung kaayaan anu sabenerna. Dina ieu panalungtikan, panalungtik ngalarapkeun paradigma panalungtikan kualitatif anu nurutkeun Edmund Husserl, anu dimekarkeun ku Max Weber, mangrupa paradigma humanistik. Paradigma panalungtikan kualitatif anu sipatna deskriptif analitik, komparatif, museur kana harti jeung data anu dimeunangkeun bisa ngaliwatan observasi jeung analisis dokumén. Ieu paradigma nganggap yén paripolah manusa dumasar kana pikiran atawa doktrin anu dipimilik ku individu, tapi loba unsur, aspék, jeung hal-hal séjénna anu ngawangun éta paripolah.*