**ABSTRAK**

Penelitian ini menjelaskan tentang strategi Humas Polrestabes Bandung yang bagian dari institusi Polri yang memiliki tugas pokok sebagai penegak keamanaan, keteriban masyarakat, serta pelayanan kepada masyarakat di lingkungan Kota Bandung. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan model perencanaan komunikasi oleh Cutlip dan Center yang memiliki empat indikator yakni penemuan fakta, perencanaan, komunikasi dan evaluasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Informan kunci pada penelitian ini adalah Kepala Sie Humas, anggota Humas Polrestabes Bandung. Informan pendukung adalah ada 3 orang masyarakat Kota Bandung. Dan informan akademisi. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa dari empat perencanaan komunikasi Humas Polrstabes Bandung sudah menerapkan hal tersebut untuk stategi manajemen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam tahap fact finding humas berfungsi mencari dan mengumpulkan isu/fakta berkala agar dapat terus membaharui data mengenai instansi. Tahap planning, Humas Polrestabes Bandung terus melakukan inovasi agar dapat berkembang sesuai jamannya. Sehingga Humas Polrestabes bandung tidak hanya hadir di sosialisasi secara langsung ataupun layanan di kantor tetapi hadir juga melalui media sosial agar Masyarakat bisa lebih mudah mengakses layanan kepolisian tersebut. Tahap communicating, Humas Polrestabes Bandung juga berusaha untuk membangun hubungan yang baik dengan publik (internal dan eksternal). Pada publik eksternal instansi berusaha menjadi instansi yang transparan, dapat dipercayai oleh Masyarakat juga menjadi pelindung dan pengayom Masyarakat. Pada tahap evaluating, humas mengukur sejauh mana strategi yang telah dibuat apakah berjalan sesuai rencana atau ada yang harus dibenahi lagi oleh instansi.

Kata kunci: manajemen kehumasan, polrestabes, citra polisi

**ABSTRACT**

*This research explains the Public Relations strategy of the Bandung Police, which is part of the National Police institution which has the main task of enforcing security, public order and service to the community in the Bandung City environment. In this research, researchers used the communication planning model by Cutlip and Center which has four indicators, namely fact finding, planning, communication and evaluation. This study uses a qualitative method. The key informant in this research was the Head of Public Relations, a member of Public Relations of the Bandung Police. The supporting informants were 3 people from the city of Bandung. And academic informants. The results of this research show that the four Bandung Police Public Relations communication plans have implemented this as a management strategy. The research results show that in the fact finding stage, public relations functions to search for and collect periodic issues/facts so that they can continue to update data regarding agencies. In the planning stage, Bandung Police Public Relations continues to innovate so that it can develop according to the times. So Bandung Police Public Relations is not only present at direct outreach or services at the office but is also present through social media so that the public can more easily access police services. In the communicating stage, Bandung Police Public Relations also tries to build good relationships with the public (internal and external). To the external public, the agency strives to be an agency that is transparent, can be trusted by the public and also protects and protects the public. At the evaluating stage, public relations measures the extent to which the strategy that has been created is going according to plan or whether there is something that needs to be improved by the agency.*

*Keywords: public relations management, polrestabes, police image*

**RINGKESAN**

Ieu panalungtikan ngajelaskeun stratégi Humas Polres Bandung, anu mangrupa bagian ti lembaga Polri anu miboga tugas pokok dina ngalaksanakeun kaamanan, ketertiban umum jeung palayanan ka masarakat di lingkungan Kota Bandung. Dina ieu panalungtikan, panalungtik ngagunakeun modél perencanaan komunikasi ku Cutlip jeung Center anu miboga opat indikator, nya éta fact finding, perencanaan, komunikasi jeung évaluasi. Ieu panalungtikan ngagunakeun métode kualitatif. Informan konci dina ieu panalungtikan nya éta Kapala Humas, Humas Polres Bandung. Informan pendukung nya éta 3 urang ti Kota Bandung. Jeung informan akademik. Hasil tina ieu panalungtikan nuduhkeun yén opat rarancang komunikasi Humas Polres Bandung geus ngalaksanakeun ieu salaku stratégi manajemen. Hasil panalungtikan némbongkeun yén dina tahap fact finding, humas boga fungsi pikeun maluruh jeung ngumpulkeun isu/fakta periodik sangkan bisa terus ngamutahirkeun data ngeunaan instansi. Dina tahap perencanaan, Humas Polres Bandung terus berinovasi sangkan bisa mekar luyu jeung jaman. Ku kituna Humas Polres Bandung lain ngan ukur hadir dina sosialisasi atawa layanan langsung di kantor tapi ogé hadir ngaliwatan média sosial sangkan masarakat leuwih gampang ngaksés layanan pulisi. Dina tahap komunikasi, Humas Polres Bandung ogé nyoba ngawangun hubungan anu hadé jeung masarakat (internal jeung eksternal). Pikeun masarakat luar, éta lembaga narékahan pikeun jadi lembaga anu transparan, bisa dipercaya ku masarakat sarta ogé ngajaga jeung ngajaga masarakat. Dina tahap evaluasi, humas ngukur sajauh mana stratégi anu geus dijieun lumangsung luyu jeung rencana atawa naha aya hal anu perlu ditingkatkeun ku instansi.

Kata Kunci: manajemen humas, aparat kapulisian, citra pulisi