

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “STRATEGI BIDANG HUMAS HIMPUNAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS PASUNDAN DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF ORGANISASI HIMPUNAN”.

Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana langkah-langkah strategis yang dijalankan oleh Bidang Humas Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan dalam menjaga citra positif dan persepsi baik di mata publiknya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan empat fase strategi humas menurut teori Ronald D. Smith, yang meliputi Riset Formatif (*Formative Research*), Strategi (*Strategy*), Taktik (*Tactics*), dan Riset Evaluatif (*Evaluative Research*). Melalui empat fase ini, peneliti ingin menggali sejauh mana perencanaan strategis dilakukan untuk meminimalisir risiko miskomunikasi dan memperkuat identitas organisasi secara berkelanjutan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan informan inti, informan akademisi, serta melalui observasi dan dokumentasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Bidang Humas Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan telah melaksanakan riset formatif melalui pemetaan fakta lapangan untuk memahami kebutuhan mahasiswa. Pada fase strategi dan taktik, organisasi berfokus pada penggunaan media sosial seperti Instagram dan TikTok dengan mengedepankan konten visual kreatif dan teknik *storytelling* guna menjangkau audiens Generasi Z. Namun, pada fase riset evaluatif ditemukan bahwa evaluasi masih dominan pada level *output* dan *outtake*, sehingga diperlukan upaya lebih dalam untuk mencapai level *outcome* atau perubahan persepsi jangka panjang yang lebih terukur. Kesimpulannya, strategi yang terstruktur merupakan kunci utama dalam mempertahankan citra positif organisasi agar tetap kredibel di lingkungan kampus.

Kata Kunci: Strategi, Bidang Humas, Citra Positif, Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan, Ronald D. Smith.

ABSTRACT

This research is entitled "STRATEGY OF THE PUBLIC RELATIONS DIVISION OF THE COMMUNICATION STUDENTS ASSOCIATION AT PASUNDAN UNIVERSITY IN MAINTAINING THE POSITIVE IMAGE OF THE ASSOCIATION." The main focus of this study is to understand the strategic steps carried out by the Public Relations Division of the Communication Students Association at Pasundan University in maintaining a positive image and good perception in the eyes of the public. The purpose of this research is to analyze the implementation of the four phases of public relations strategy according to Ronald D. Smith's theory, which include Formative Research, Strategy, Tactics, and Evaluative Research. Through these four phases, the researcher aims to explore the extent to which strategic planning is carried out to minimize the risk of miscommunication and strengthen the organization's identity sustainably. The research method used is qualitative with a descriptive approach. Data collection is conducted through in-depth interviews with key informants, academic informants, as well as through observation and documentation. Research findings show that the Public Relations Division of the Communication Science Student Association at Universitas Pasundan has conducted formative research through field fact mapping to understand student needs. In the strategy and tactics phase, the organization focused on using social media such as Instagram and TikTok, emphasizing creative visual content and storytelling techniques to reach Generation Z audiences. However, in the evaluative research phase, it was found that evaluations were still dominant at the output and outtake levels, so more effort is needed to achieve the outcome level or more measurable long-term perception changes. In conclusion, a structured strategy is the key to maintaining the organization's positive image to remain credible in the campus environment.

Keywords: *Strategy, Public Relations Division, Positive Image, Communication Science Student Association at Pasundan University, Ronald D. Smith.*

RINGKESAN

Panilitian ieu judulna “STRATEGI BIDANG HUMAS HIMPUNAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS PASUNDAN DININGALIKEUN CITRA POSITIF ORGANISASI HIMPUNAN”. Fokus utama panilitian ieu nyaéta pikeun nyaho kumaha léngkah-léngkah strategi anu dilaksanakeun ku Bidang Humas Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan dina ngajaga citra positif jeung persepsi alus di panon publikna. Tujuan panilitian ieu pikeun nganalisa palaksanaan opat fase strategi humas numutkeun téori Ronald D. Smith, anu ngawengku Riset Formatif (*Formative Research*), Strategi (*Strategy*), Taktik (*Tactics*), jeung Riset Evaluatif (*Evaluative Research*). Ngaliwatan opat fase ieu, panaliti hayang ngulik sabaraha jero perencanaan strategis dilaksanakeun pikeun ngaminimalkeun résiko miskomunikasi jeung nguatkeun identitas organisasi sacara lestari. Méthode panilitian anu dipaké nyaéta kualitatif kalayan pendekatan deskriptif. Pangumpulan data dilaksanakeun ngaliwatan wawancara jero jeung informan inti, informan akademisi, sarta liwat observasi jeung dokumentasi. Hasil panalungtikan nunjukkeun yén Bidang Humas Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan geus ngalaksanakeun riset formatif liwat peta fakta di lapangan pikeun ngarti kabutuhan mahasiswa. Dina fase strategi jeung taktik, organisasi fokus kana pamakean média sosial saperti Instagram jeung TikTok kalayan ngahangkeutkeun eusi visual kreatif jeung téknik storytelling pikeun ngahontal audién Generasi Z. Tapi, dina fase riset evaluatif kapanggih yén evaluasi masih dominan dina level *output* jeung *outtake*, sahingga diperlukeun usaha leuwih pikeun ngahontal level *outcome* atawa parobahan persepsi jangka panjang anu leuwih diukur. Kasimpulanna, strategi anu terstruktur mangrupikeun konci utama pikeun ngajaga citra positif organisasi supaya tetep kredibel di lingkungan kampus.

Kata konci: Strategi, Bidang Humas, Citra Positif, Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan, Ronald D. Smith.