

Strategi Public Relations dalam Membangun Citra Pemerintah: Studi Kasus BAPPEDALITBANG Kabupaten Banyumas

Aufa Amalia¹, Yusuf Heriyanto²

(aufaamalia1234@gmail.com)

¹Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

²Informatika, Fakultas Dakwah, UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Abstrak

Public Relations (PR) memiliki peran krusial dalam lembaga pemerintahan, terutama dalam menentukan kelayakan informasi yang disampaikan kepada publik serta membangun citra positif pemerintahan. PR tidak hanya bertanggung jawab atas transparansi dan akuntabilitas, tetapi juga berperan dalam memperkuat komunikasi internal dan eksternal. Penelitian ini berfokus pada strategi PR yang diterapkan oleh BAPPEDALITBANG Kabupaten Banyumas dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kebijakan dan program pemerintah daerah. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan metode wawancara mendalam dan telaah literatur. Analisis dilakukan berdasarkan konsep strategi PR yang terdiri dari publications (publikasi dan dokumentasi), events (acara), dan news (pesan/berita), serta menggunakan Teori Citra (Image Theory) oleh Frank Jefkins, yang menekankan pentingnya membangun kesan dan impresi yang sesuai dengan realitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi PR yang diterapkan oleh BAPPEDALITBANG telah berjalan dengan baik, terutama dalam meningkatkan transparansi informasi dan keterlibatan masyarakat. Namun, tingkat efektivitas dari setiap strategi bervariasi, dengan beberapa kegiatan yang membutuhkan optimalisasi lebih lanjut agar dampaknya lebih signifikan. Dengan demikian, peran PR dalam lembaga pemerintah tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi, tetapi juga pada pembentukan citra yang kredibel dan berkelanjutan, guna meningkatkan hubungan yang harmonis antara pemerintah dan masyarakat.

Kata Kunci: *Public Relations*, Citra Pemerintah, Transparansi, Akuntabilitas, Strategi Komunikasi, BAPPEDALITBANG, Banyumas

Pendahuluan

Citra dalam instansi pemerintahan sangat berperan penting terhadap kelancaran dan kemajuan instansi dimasa yang akan datang. Istilah lain citra adalah *favourable opinion* (opini publik yang menguntungkan) (Ardianto, 2009). Dalam membangun citra positif instansi, memerlukan peran *Public Relation (PR)* untuk menentukan kelayakan informasi yang akan disajikan. PR merupakan hal yang tidak asing disetiap instansi pemerintahan karena memiliki peranan penting membentuk citra setiap lembaga (Lattimore, 2010). Keberadaan PR menjadi penghubung antara lembaga tersebut dengan publiknya, berfungsi untuk menyebarkan informasi, menciptakan dan memelihara hubungan baik sehingga mendapatkan citra positif bagi instansi (Kholisoh dan Yenita,

2015). Adapun PR menurut Frank Jefkins adalah keseluruhan bentuk komunikasi yang sudah direncanakan, baik keluar ataupun kedalam, yakni antara perusahaan atau lembaga dengan publiknya dalam rangka mencapai tujuan yang spesifik (Septiyani, D.A., 2024)

Tujuan PR adalah menciptakan opini publik yang baik (*good will*) dan partisipasi yang mendukung dari masyarakat. Kinerja PR dalam suatu pemerintahan biasanya membantu dalam menjalankan suatu program untuk mencapai tujuan yang ditargetkan oleh pemerintah (Mandala, A. 2024). Selain itu, PR juga berperan memberikan informasi mengenai kebijakan pemerintah, pemberitaan dari pemerintah, dan menginformasikan berbagai program pemerintah kepada masyarakat. Seorang PR harus memiliki

strategi agar dapat menanamkan kepercayaan kepada publik, tidak hanya untuk memperoleh citra positif, akan tetapi juga mempertahankannya, karena hal tersebut memiliki pengaruh yang kuat dengan reputasi pemerintahan. Begitu kepercayaan publik runtuh akibat reputasi negatif maka akan sulit bagi pemerintahan untuk memulihkan kepercayaan tersebut (Herlina dan Sisilia, 2015)

PR Bappedalitbang Banyumas memiliki peran yang sangat penting dalam membangun citra Bappedalitbang, terlebih lagi dengan tugas pokoknya yaitu membantu Bupati dalam melaksanakan fungsi penunjang urusan pemerintahan di bidang Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan yang menjadi kewenangan Daerah dan tugas pembantuan yang diberikan kepada Daerah. Dalam hal ini, Bappedalitbang tidak hanya dituntut untuk memiliki kinerja yang baik, tetapi juga citra yang positif di mata publik. Hal tersebut akan berdampak pada kepercayaan masyarakat, dukungan stakeholders, dan efektivitas pelaksanaan program-program pembangunan. Oleh sebab itu, strategi PR yang efektif sangat penting bagi Bappedalitbang Banyumas dalam membangun dan memelihara citra positif.

Citra positif Bappedalitbang Banyumas mencerminkan persepsi dan reputasi yang baik di kalangan masyarakat terhadap kinerja, profesionalisme, inovasi, dan akuntabilitas Bappedalitbang Banyumas. Citra yang kuat akan membantu Bappedalitbang untuk meningkatkan visibilitas, memperluas jaringan kerjasama dan mendapatkan dukungan dari berbagai pihak dalam menjalankan program-program pembangunan.

Strategi PR memiliki peran sentral dalam membangun citra positif Bappedalitbang Banyumas. Melalui berbagai kegiatan komunikasi yang terencana dan terarah, PR membantu Bappedalitbang

untuk menyampaikan informasi yang jelas dan akurat tentang program-program pembangunan, serta kontribusi lembaga ini dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. PR juga berperan dalam membangun dialog dan interaksi yang positif dengan berbagai *stakeholders*, seperti media massa, masyarakat, akademisi, pemerintah daerah, serta organisasi masyarakat sipil.

Dalam konteks Bappedalitbang Banyumas, strategi PR yang efektif mampu menentukan pesan-pesan kunci yang relevan, memilih saluran komunikasi yang tepat, serta mengukur dan mengevaluasi efektivitas kegiatan PR. Beberapa strategi PR yang dapat diimplementasikan antara lain adalah membangun hubungan baik dengan media massa, memanfaatkan media sosial untuk memberikan informasi kepada masyarakat, menyelenggarakan forum diskusi dengan berbagai pemangku kepentingan.

Berdasarkan hal tersebut jurnal ini akan membahas strategi Public Relation yang diterapkan oleh Bappelitbang Kabupaten Banyumas dalam membangun citra positif di media massa serta di kalangan pemangku kepentingan dan masyarakat.

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi PR yang diterapkan oleh Bappedalitbang Banyumas dalam membangun citra positif.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, menurut Bogdan dan Taylor (Maleong, 2008) menyatakan bahwa metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang dapat menghasilkan data deskriptif berupa hasil tulisan ataupun pernyataan lisan dari banyak orang dan perilaku yang dapat diamati. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk memahami fenomena apa yang di alami oleh subjek penelitian seperti, persepsi, perilaku, tindakan motivasi dan

lain-lain secara menyeluruh, dengan hal tersebut peneliti dapat memanfaatkan berbagai metode. (Herlina dan Sisilia, 2015)

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang di gunakan adalah kualitatif studi kasus, sehingga cenderung menelaah atau meneliti tentang strategi PR dalam membentuk citra positif Bappedalitbang Kabupaten Banyumas. Adapun pengambilan penelitian yang akan diamati dan diteliti yaitu strategi PR Kantor Bappedalitbang Kabupaten Banyumas, yang bertempat di Jl. Prof. Dr. Suharso No.45, Mangunjaya, Purwokerto Lor, Kec. Purwokerto Tim., Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53114 Telp. (0281) 632548.

Menurut Ruslan (2006), dalam suatu penelitian seorang peneliti membutuhkan data sebagai fakta, fenomena, atau bahan-bahan keterangan untuk melakukan suatu penelitian yang kemudian diolah dalam memperoleh data yang valid dan dapat di pertanggungjawabkan secara objektif.

Ruslan (2006) juga membedakan antara dua sumber data yaitu: data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung, yaitu melalui proses wawancara dengan narasumber yaitu Agustina Indrawati S.Si, M.Si sebagai Sekretaris sekaligus Ketua Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Bappedalitbang Banyumas, yang memberikan arahan dan informasi kepada peneliti dalam melakukan penelitian di PR Bappedalitbang Banyumas. Sedangkan, data sekunder adalah data yang diambil dan dianalisa kembali oleh peneliti dari sumber dan referensi yang telah ada sebelumnya. Data ini diperoleh dari buku-buku, laporan-laporan peneliti terdahulu, jurnal, artikel, internet serta beberapa literatur penunjang dalam penelitian ini.

Sementara itu, Penelitian ini

menggunakan Teori Citra (Image Theory) menurut Frank Jefkins (Amanda, A. 2020) menyatakan bahwa kesan, gambaran, atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan). Menurut Dr. Elvinari Ardianto (2011:62) citra adalah pandangan dari publik terhadap perusahaan, instansi, organisasi atau Lembaga. Kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Citra sengaja diciptakan agar bernilai positif dan merupakan aset yang sangat penting dari suatu instansi atau lembaga.

Teknik Analisis yang dilakukan adalah dengan menggunakan analisis isi komunikasi (content analysis) dan triangulasi data untuk meningkatkan validitas temuan pada Citra Positif Bappedalitbang Banyumas serta strategi PR yang merupakan objek utama dalam penelitian.

Pembahasan

Berikut adalah hasil uraian mengenai penjelasan Bappedalitbang dan beberapa strategi PR yang digunakan. Bappedalitbang Banyumas memiliki peran penting dalam perencanaan pembangunan daerah, serta melakukan penelitian pengembangan untuk mendukung pembangunan tersebut (Nugroho, K. 2017) bertanggung jawab dalam menyusun laporan kinerja pembangunan daerah yang secara berkala dilaporkan kepada pemerintah provinsi dan pusat. Bappedalitbang juga berperan untuk mewujudkan visi misi bupati dalam pembangunan Kabupaten Banyumas salah satu misi yang menjadi fokus kinerja Bappedalitbang adalah mewujudkan Banyumas sebagai barometer pelayanan publik melalui peningkatan kualitas

perencanaan pembangunan daerah. Bappedalitbang berupaya untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam kinerja mereka. Hal ini tercermin dalam penyusunan Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (LKjIP) yang menjadi media pertanggungjawaban dan evaluasi kinerja. Perannya yang sangat penting dalam pemerintah dan memiliki hubungan langsung dalam berintraksi dengan masyarakat, citra positif Bappedalitbang sangat di perhatikan. Langkah terbaik yang dapat dilakukan Bappedalitbang Banyumas untuk menjaga dan memelihara citra positif di mata publik adalah melalui Public Relations. Melalui citra positif itu, Bappedalitbang mengharapkan agar kredibilitas, transparansi dan akuntabilitas serta komunikasi internal dan eksternal baik di media sosial ataupun secara langsung dengan masyarakat tetap terjaga dengan baik (Sari, R. P. M. 2020).

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan didapati beberapa strategi yang dilakukan PR dalam membangun citra Bappedalitbang Banyumas. Teori komunikasi yang peneliti gunakan sangat tepat yaitu Teori Citra (Image Theory) untuk meneliti kenyataan di lapangan serta dapat menyongsong tujuan Bappedalitbang untuk lebih terbuka kepada masyarakat. Dengan adanya PR Bappedalitbang sebagai sarana sumber informasi yang disalurkan kepada masyarakat tentang apa saja program, rapat dan kegiatan yang dikerjakan, rencana pembangunan yang diagendakan. Berkaitan dengan hal itu, informasi- informasi yang ada di pemerintahan dapat di sampaikan kepada masyarakat melalui platform- platform yang Bappedalitbang miliki yaitu platform Instagram,

Website, Facebook, dan Youtube, hal ini bertujuan agar media tersebut dapat diakses oleh semua kalangan.

Ketika memanfaatkan platform-platform tersebut, selain menjadi keterbukaan dengan publik juga berkaitan dalam konteks membangun kepercayaan masyarakat terhadap institusi pemerintah khususnya Bappedalitbang Banyumas. Hal ini menjadi bukti bahwa negara hadir untuk menerima masukan, kritik atau komunikasi apapun. Dalam pandangan masyarakat, mereka berharap kepada pemerintah agar terbuka dalam memberikan informasi mengenai kebijakan, anggaran, dan program kerja, sejalan dengan era keterbukaan informasi publik pemerintah harus terbuka karena selama ini *image* pemerintahan itu tertutup, peran PR disini adalah meluruskan stigma buruk yang sudah terbentuk di masyarakat sehingga dapat memperbaiki citra positif dengan merespon melalui media sosial ataupun secara langsung, karena pada dasarnya banyak masyarakat yang mendengarkan informasi hanya didengar serta diketahui secara tidak utuh hanya potongan-potongan saja dan tidak tuntas maka hal itu yang menimbulkan miskomunikasi.

PR Bappedalitbang Banyumas telah menerapkan banyak strategi. Namun setiap strategi perlu ditingkatkan lebih lanjut terutama dari segi sumber daya manusia, dikarenakan tidak semua orang terbiasa dengan fitur yang disajikan dalam suatu media. Dalam hal ini masih banyak hal yang harus di explore, konten - konten yang di kemas secara menarik dan bisa diterima oleh seluruh lapisan, mulai dari anak muda yang sangat cekatan dengan teknologi sampai dengan lansia yang perlu di beri pemahaman lebih agar paham dengan pesan

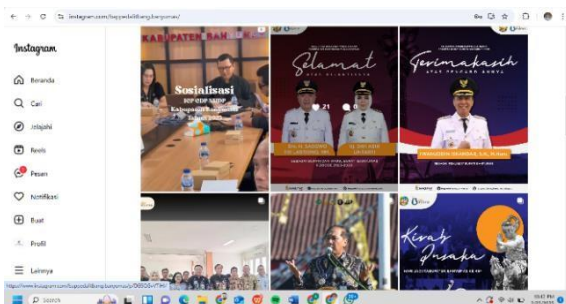
yang di sampaikan dalam konten tersebut. Konten bisa berupa tulisan, vidio, data grafis, dan lain sebagainya. Konten-konten ini yang perlu selalu dirangkai agar bisa menyajikan tampilan yang tidak membosankan sehingga mudah untuk dipahami oleh siapapun. Informasi dengan data grafis (data yang disimpan dalam bentuk titik, garis, dan area yang dapat dilihat dalam titik koordinat letak, simbol, dan tata nama) data ini sangat mudah dipahami oleh banyak orang, dari data grafis yang mudah ini harus bisa mengembangkan ide kreatif bagaimana cara menyajikan konten yang nyaman dilihat dan mudah dipahami oleh masyarakat. Konten dan Fitur tersebut yang bisa kita gunakan dan perlu untuk di eksplor sekaligus di maksimalkan dalam instagram, website, youtube, dan facebook agar bisa maksimal dalam menyampaikan informasi ke masyarakat.

Selain dengan media sosial Pemerintah juga menyediakan Lapak Aduan Banyumas sebagai cara untuk menghubungkan keluhan masyarakat terhadap pemerintah, ketika masyarakat tidak puas dengan program dan kinerja pemerintah, maka kita wajib menjelaskan terkait aduan tersebut, merespon dengan cepat dan dengan bahasa yang sopan, setiap kritik yang masuk berbeda-bada. Begitu juga dengan bahasa yang digunakan oleh masyarakat saat mengritik, ada yang menggunakan bahasa yang sopan (kritikan membangun) ada juga yang menggunakan bahasa yang tidak sopan. PR harus bisa melayani dengan baik satu per satu masyarakat dengan bahasa yang sopan dan tidak emosi, dan dari kritikan itu kebanyakan masyarakat akan lebih mudah memahami ketika pengertian yang di berikan menggunakan data yang jelas (ada buktinya) tidak hanya menggunakan kata-kata maka masyarakat akan lebih yakin.

Hal tersebut bisa menjadi gebrakan untuk Bappedalitbang untuk meningkatkan pelayanan terhadap publik kepada masyarakat, Bappedalitbang menyediakan perencanaan ke litbang (layanan penelitian dan pengembangan daerah) untuk mengidentifikasi kebutuhan dan masalah yang ada proses ini memberikan arah bagi kegiatan litbang, dengan PR Bappedalitbang Banyumas telah menerapkan banyak strategi. Namun setiap strategi perlu ditingkatkan lebih lanjut terutama dari segi sumber daya manusia, dikarenakan tidak semua orang terbiasa dengan fitur yang disajikan dalam suatu media. Dalam hal ini masih banyak hal yang harus di explore, konten - konten yang di kemas secara menarik dan bisa diterima oleh seluruh lapisan, mulai dari anak muda yang sangat cekatan dengan teknologi sampai dengan lansia yang perlu di beri pemahaman lebih agar paham dengan pesan yang di sampaikan dalam konten tersebut. Konten bisa berupa tulisan, vidio, data grafis, dan lain sebagainya. Konten-konten ini yang perlu selalu dirangkai agar bisa menyajikan tampilan yang tidak membosankan sehingga mudah untuk dipahami oleh siapapun. Informasi dengan data grafis (data yang disimpan dalam bentuk titik, garis, dan area yang dapat dilihat dalam titik koordinat letak, simbol, dan tata nama) data ini sangat mudah dipahami oleh banyak orang, dari data grafis yang mudah ini harus bisa mengembangkan ide kreatif bagaimana cara menyajikan konten yang nyaman dilihat dan mudah dipahami oleh masyarakat. Konten dan Fitur tersebut yang bisa kita gunakan dan perlu untuk di eksplor sekaligus di maksimalkan dalam instagram, website, youtube, dan facebook agar bisa maksimal dalam menyampaikan informasi ke



Gambar 3. Tampilan akun instagram PPL kelompok 71



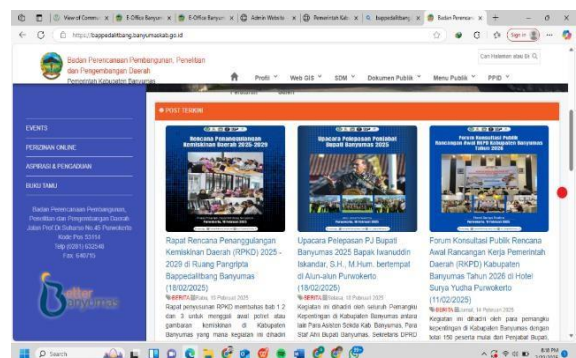
Gambar 4. Tampilan feed akun instagram PPL kelompok 71

Gambar 5. . Tampilan feed akun instagram resmi Bappedalitbang Banyumas

Foto dan caption tersebut merupakan jembatan dan strategi PR untuk memberikan informasi kepada masyarakat, menjaga dan membangun citra positif Bappedalitbang.

1. Event (acara) yaitu bentuk kegiatan yang

dapat membangun hubungan dengan audiens, meningkatkan awareness, serta menciptakan citra positif bagi instansi bappedalitbang. Dalam hal ini bappedalitbang memiliki peran penting sebagai wadah yang menampung informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Selain itu, kegiatan ini untuk membangun kepercayaan pemangku kepentingan, melakukan konsultasi dan evaluasi program kerja dari para Organisasi Perangkat Daerah (OPD) serta menerima keluhan untuk mencari solusi dari masalah yang sedang di hadapi. Dengan begitu, peran PR untuk membranding citra Bappedalitbang sesuai dengan apa yang terjadi.



Gambar 6. Poster Kegiatan di Bappedalitbang

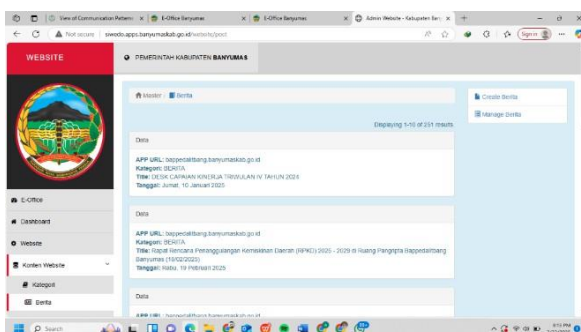


Gambar 7. Poster Kegiatan si Bappedalitbang

News (pesan/berita) yaitu informasi yang dikomunikasikan kepada khalayak yang dapat disampaikan secara langsung maupun tidak langsung.

Gambar 8. Tampilan admin website Bappedalitbang

Tugas PR adalah membangun citra positif Bappedalitbang Banyumas salah satunya adalah membranding Bappedalitbang dari segi pemberitaan yang ada di website <https://bappedalitbang.banyumaskab.go.id/>



Gambar 9. Tampilan website Bappedalitbang di mata publik

Penilaian masyarakat terhadap Bappedalitbang dapat dilihat ketika mereka membaca atau mengakses website, karena

disini banyak pemberitaan terkait program, kinerja dan rapat yang dijelaskan untuk membahas tentang Kabupaten Banyumas. Hubungan media yang efektif dapat menjadi katalisator bagi humas untuk mencapai tujuan dalam membangun *good governance* dan meningkatkan kualitas layanan public (Nanda Karunia Isa, & Wijaya, L. S. 2024)

Penutup

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi *public relations* yang diterapkan oleh Bappedalitbang Kabupaten Banyumas dalam membangun citra positif di mata publik. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini menggali secara mendalam praktik-praktik komunikasi dan relasi yang dilakukan oleh Bappedalitbang. Teori citra digunakan sebagai kerangka analisis untuk memahami bagaimana persepsi dan kesan publik terbentuk terhadap lembaga tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bappedalitbang telah menerapkan berbagai strategi, seperti keterbukaan informasi, partisipasi publik dalam perencanaan pembangunan, dan komunikasi yang efektif melalui berbagai kanal.

Strategi *public relations* yang diterapkan Bappedalitbang Kabupaten Banyumas terbukti efektif dalam membangun citra positif. Keterbukaan informasi dan partisipasi publik meningkatkan kepercayaan dan legitimasi lembaga di mata masyarakat. Komunikasi yang efektif melalui berbagai medial, baik media massa maupun media sosial, memungkinkan Bappedalitbang untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan menyampaikan pesan-pesan penting terkait program dan kegiatan lembaga. Selain itu, Bappedalitbang juga aktif menjalin hubungan baik dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti media, organisasi

masyarakat, dan akademisi.

Temuan penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan ilmu *public relations*, khususnya dalam konteks pemerintahan daerah. Penelitian ini juga memberikan rekomendasi praktis bagi Bappedalitbang Kabupaten Banyumas untuk terus meningkatkan kualitas komunikasi dan relasi dengan publik. Dengan demikian, Bappedalitbang dapat terus membangun citra positif dan menjadi lembaga yang dipercaya dan dihormati oleh masyarakat.

Daftar Pustaka

- Amanda, A. (2020). *Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. ADVIS (Journal of Advertising)*, 1(1).
- Ardianto (2009). *Teori dan Praktek Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya Lattimore.
2010. *Public Relation Profesi & Praktek*. Selemba Humanika.
- Herlina, Sisilia. "Strategi komunikasi humas dalam membentuk citra pemerintahan di kota malang." *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)* 4.3 (2015).
- Kholisoh, Nur dan Yenita (2015). *Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi (Kasus Public Relations Rumah Sakit "X" di Jakarta)*. Jurnal IlmuKomunikasi, Vol. 13, No. 3.
- Mandala, A. (2024, July). *Peranan Media Sosial dalam Membangun Citra Positif Lembaga Pemerintah*. In *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi (SENAKOM) (Vol.1,No. 1)*.
- Moleong, Lexy J. 2008. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT.BPK Gunung Mulia
- Supada, W. (2020). *Peran public relations dalam membangun pencitraan positif organisasi*. *Communicare*, 1(1),92-100.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public Relatoins & Media*. Komunikasi. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Nanda Karunia Isa, & Wijaya, L. S. (2024). *Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Positif Pemerintah Kota Surakarta Melalui Media Relations*. *Journal Media Public Relations*, 4(2), 85–96. <https://doi.org/10.37090/jmp.v4i2.1765>
- Soleh Soemirat & Elvinaro Ardianto, (2010). *Dasar-dasar Public relations*, Bandung: remaja

- Rosdakarya
- Septiyani, D. A. . (2024). *Evolusi Public Relation Di Era Digital: Strategi Untuk Membangun Reputasi Di Dunia Maya*. *Journal Media Public Relations*, 4(1), 1–9. <https://doi.org/10.37090/jmp.v4i1.1596>
- Nugroho, K. (2017). *Aplikasi Izin Penelitian Berbasis Web di BAPPEDALITBANG Kabupaten Banyumas*.
- Sari, R. P. M. (2020). *Strategi Public Relations Dalam Upaya Membangun Citra Pt. Prudential Life Assurance*. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(2), 159-166.