

**“STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF
YAYASAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT AMUNGME DAN
KAMORO SEBAGAI YAYASAN PENGELOLA DANA KEMITRAAN PT
FREEPORT INDONESIA”**

Novardhia Regita RC Nebore

NIM. 200710114

ABSTRAK

Humas menawarkan alternatif yang efektif dan dapat diandalkan untuk mendukung dan memperkaya berbagai aspek, terutama dalam upaya menciptakan citra baik bagi yayasan pemberdayaan masyarakat amungme dan kamoro untuk terus mendukung visi, misi, dan tujuan dari yayasan. Humas YPMK juga berperan penting dalam membangun dan menyediakan informasi baik secara internal maupun eksternal. Dari sudut pandang luar, humas biasanya berfungsi untuk memberikan informasi tentang kebijakan dari yayasan, menyangkal berita yang berpotensi merugikan yayasan pemberdayaan masyarakat amungme dan kamoro, dan memberi informasi kepada masyarakat tentang berbagai kebijakan dan program serta penerapannya. Strategi humas ypmk sendiri tidak hanya dapat menjaga citra positif tetapi juga membangkitkan kepercayaan publik untuk meningkatkan citra yayasan pemberdayaan masyarakat amungme dan kamoro. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi humas dalam meningkatkan citra positif Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro sebagai Yayasan Pengelola Dana Kemitraan PT Freeport dan penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode analisis deskriptif dengan melakukan wawancara, dokumentasi, dan observasi dengan acuan menggunakan teori empat tahapan *public relations*. Yakni mendefinisikan masalah (analisis situasi), membuat rencana dan program(strategi), tindakan dan berkomunikasi (Penerapan), mengevaluasi program. Humas atau publik relations sebagai alat manajemen secara struktur organisasi merupakan bagian internal dari manajemen Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro, kontribusi humas turut menentukan keberhasilan mencapai visi, misi dan tujuan dari Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro.

Kata kunci: Strategi humas, Tahapan *Public Relations*, Citra.

**“STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF
YAYASAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT AMUNGME DAN
KAMORO SEBAGAI YAYASAN PENGELOLA DANA KEMITRAAN PT
FREEPORT INDONESIA”**

Novardhia Regita RC Nebore

NIM. 200710114

ABSTRACT

PR offers an effective and reliable alternative to support and enrich various aspects, especially in efforts to create a good image for the Amungme and Kamoro Community Empowerment Foundation to continue to support the vision, mission and goals of the foundation. YPMK's PR also plays an important role in building and providing information both internally and externally. From an external perspective, public relations usually functions to provide information about the policies of the foundation, refute news that could potentially harm the amungme and kamoro community empowerment foundation, and inform the public about various policies and programs and their implementation. Ypmak's own public relations strategy can not only maintain a positive image but also generate public trust to improve the image of the Amungme and Kamoro Community Empowerment Foundation. The purpose of this research is to find out how the public relations strategy in improving the positive image of the Amungme and Kamoro Community Empowerment Foundation as the PT Freeport Partnership Fund Management Foundation and this research uses a qualitative method with a descriptive analysis method by conducting interviews, documentation, and observation with reference to using the theory of the four stages of public relations. Namely defining the problem (situation analysis), making plans and programs (strategy), action and communication (Implementation), evaluating the program. Public relations as a management tool in the organizational structure is an internal part of the management of the Amungme and Kamoro Community Empowerment Foundation, the contribution of public relations also determines the success of achieving the vision, mission and goals of the Amungme and Kamoro Community Empowerment Foundation.

Keywords: Public relations strategy, Public relations stages. image

