

INTISARI

Employee branding merupakan salah satu strategi branding yang dilakukan oleh divisi humas dalam rangka menunjukkan citra institusi kepada publik melalui perilaku dan sikap karyawannya. ***Employee branding* ini perlu mendapatkan perhatian dari semua instansi, meskipun sebenarnya secara tidak langsung instansi tersebut sudah menjalankan employee branding tersebut, akan tetapi kadang belum menyadari pentingnya hal itu dan belum memahami bagaimana seharusnya melakukan employee branding.** Tugas akhir ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang *employee branding* dengan menganalisis penggunaan pelatihan pengelolaan brand image sebagai salah satu strategi melalui *employee branding* divisi humas oleh divisi humas *Polda Jawa Tengah*. Pelatihan yang diselenggarakan yakni *Pelatihan Duta Kamtibmas 2020*. Hal ini dilatarbelakangi oleh bagaimana penulis ingin mengetahui mengenai bagaimana bisa sebuah pelatihan menjadi salah satu kegiatan yang dilakukan oleh divisi humas dan berlaku sebagai salah satu strategi dalam mengelola citra. Informasi yang ada diperoleh dari observasi oleh penulis ketika ikut terlibat dalam acara dan juga dari studi perpustakaan. Metode selanjutnya yaitu wawancara dengan panitia, peserta dan narasumber acara. Saat melakukan wawancara penulis juga merekam, mencatat, dan mengambil gambar. Hasil dari acara yang didapatkan setelah diadakannya acara pelatihan, diharapkan ilmu yang diberikan selama pelatihan dapat bermanfaat bagi peserta diklat dan dapat diterapkan saat bertugas. Dengan begitu, masyarakat dapat mendapatkan gambaran citra yang ingin ditunjukkan oleh *Polda Jawa Tengah* tersebut. Selain itu, bahwa peningkatan kemampuan peserta yang merupakan bagian dari *Polda Jawa Tengah* juga akan membantu dalam mengelola citra baik *Polda Jawa Tengah* sebagai pengayom dan abdi masyarakat yang terpercaya dengan mengkomunikasikan dan menyampaikan citra *Polda Jawa Tengah* dengan lebih baik.

Kata Kunci: *Pelatihan Duta Kamtibmas 2020, Employee Branding, Pelatihan, Hubungan Masyarakat, Citra Merek, Citra, Polda Jawa Tengah.*

ABSTRACT

Employee branding is one of branding strategy doing by public relations division in order to show the public the image of the institution through the behaviors and attitudes of its employee. Many of institution do not aware about employee branding even though they indirectly do that strategy. This final project aims to improve the public awareness about employee branding by analyzing the use of *Duta Kamtibmas 2020* training in managing brand image as one of the PR division of *Polda Jawa Tengah* strategies. This study was motivated by the author's curiosity on how training could be one of the activities carried out by the PR division and acted as a strategy in managing the brand image. The information is obtained from observation by the author when involved in the event during. The next method is interviews with the committee, participant, and the spokesperson of the event. When conducting interviews, the writer also records, takes notes, and takes pictures. The results of the event obtained after the training event are held, it is hoped that the knowledge provided during training can be useful for training participants and can be applied when on duty. By that, the public could get the image that the employee of *Polda Jawa Tengah* would like to show. Also, that the improved ability of the participants who are part of the Central Java police will also help in managing the good image of the *Polda Jawa Tengah* as a trusted protector and public servant community by communicate and deliver the image better.

Keywords: *Duta Kamtibmas Training 2020, Employee Branding, Training, Public Relations, Brand Image, Image, Polda Jawa Tengah*