

## **ABSTRAK**

Perancangan Visual Brand Communication Divisi Humas

Disusun oleh :  
Ramanda Desiami Arvelina

Polisi merupakan aparat penegak hukum yang mempunyai tugas dan wewenang untuk menjaga ketertiban umum, memelihara keamanan, dan mengayomi masyarakat. Oleh sebab itu, kehadiran polisi sering dirasa mempunyai dua sisi yang bertolak belakang, sehingga memunculkan stigma bagi masyarakat. Poin yang pertama, dimaksudkan untuk melihat polisi dari sisi idealnya. Kehadiran polisi di masyarakat memang suatu keharusan maka diperlukan nyaris 24 jam. Apabila di masyarakat ada suatu kasus dari orang lain atau apa pun yang membuat masyarakat merasa tidak aman, saat itu pula polisi diperlukan hadir. Dalam menjalankan tugasnya, para pelindung dan pengayom yang siap melayani masyarakat tidaklah seindah slogan mereka. Banyak berita-berita negatif tentang Polisi yang selalu mengundang banyak komentar negatif di media sosial saat ini sehingga menimbulkan stigma. Untuk meng-*counter* berita tidak baik tersebut, Polri mempunyai Divisi Humas yang bertugas sebagai penyalur informasi yang berkaitan dengan kegiatan positif Polri namun belum maksimal dan diterimabanyak oleh sebagian masyarakat khususnya masyarakat Generasi Z. Oleh karena itu, perancangan visual *brand communication* ini dilakukan dengan hasil yang nantinya akan diimplementasikan di media informasi & komunikasi. Perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data observasi, wawancara, kuesioner serta studi pustaka dengan analisis matriks perbandingan, AISAS dan SWOT. Perancangan ini bertujuan memperkuat Brand Communication dari Divisi Humas Polri guna memberikan citra yang baik di masyarakat.

Kata kunci : Divisi Humas Polri , Stigma, Generasi Z, *Brand Communication*.