

**STRATEGI KOMUNIKASI BAGIAN PROTOKOL DAN
KOMUNIKASI PIMPINAN DALAM MENJAGA CITRA WALI
KOTA PADA SEKRETARIAT DAERAH KOTA BAUBAU**

OLEH:

WA ODE INDAH ARNITA



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2023

**STRATEGI KOMUNIKASI BAGIAN PROTOKOL DAN
KOMUNIKASI PIMPINAN DALAM MENJAGA CITRA WALI
KOTA PADA SEKRETARIAT DAERAH KOTA BAUBAU**

OLEH:

WA ODE INDAH ARNITA

E021191088

**Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana pada Departemen Ilmu Komunikasi**

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2023

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Proposal : Strategi Komunikasi Bagian Protokol dan Komunikasi
Pimpinan dalam Menjaga Citra Wali Kota pada
Sekretariat Daerah Kota Baubau

Nama Mahasiswa : Wa Ode Indah Arnita

Nomor Pokok : E021191088

Departemen : Ilmu Komunikasi

Makassar, 2 Maret 2023

Menyetujui,

Pembimbing I



Dr. H. Muh. Akbar M.Si.
NIP. 196506271991031004

Pembimbing II



Dr. Sudirman Karnay, M.Si.
NIP. 196410021990021001

Mengetahui,
Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin



Dr. Sudirman Karnay, M.Si.
NIP. 196410021990021001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wa Ode Indah Arnita

Nomor Pokok : E021191088

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya yang berjudul:

**Strategi Komunikasi Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam
Menjaga Citra Wali Kota pada Sekretariat Daerah Kota Baubau**

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan ahli tulisan orang lain dan skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya tulis saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 2 Maret 2023

Yang membuat pernyataan,



Wa Ode Indah Arnita

KATA PENGANTAR

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga skripsi penulis yang berjudul “Strategi Komunikasi Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam Menjaga Citra Wali Kota pada Sekretariat Daerah Kota Baubau” dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan pada Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. kepada keluarga, sahabat, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, *aamiin*.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala dan hambatan, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT. sehingga berbagai kendala dan hambatan dapat dilalui. Skripsi ini dapat selesai tentunya berkat segala perjuangan penulis dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ini menyampaikan terima kasih yang setinggi-tingginya dan setulus-tulusnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ayah La Ode Rahim dan Ibu Darnah yang selalu menjaga, menyayangi, membimbing, dan mendidik serta selalu mendoakan penulis. Terima kasih atas *support*, pengorbanan, dan kerja kerasnya selama ini.

2. Bapak Dr. H. Muh. Akbar M.Si. selaku pembimbing I sekaligus dosen Penasihat Akademik (PA) yang selalu memberikan masukan, nasihat, waktu, ilmu, semangat, serta sabar membimbing penulis sejak menyandang status mahasiswa baru hingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak Dr. Sudirman Karnay, M.Si. selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi sekaligus Pembimbing II yang telah membantu dan membimbing penulis dengan baik dan penuh kesabaran.
4. Sekretaris Departemen Ilmu Komunikasi, Bapak Nosakros Arya, S.Sos., M.I.Kom yang membantu secara administratif proses perkuliahan dan seluruh jajaran Dosen Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin atas segala ilmu yang sangat berharga dan dedikasi yang telah diberikan selama penulis menuntut ilmu.
5. Para staf Departemen Ilmu Komunikasi serta staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin atas kebaikan hati, kesabaran, dan bantuannya kepada penulis dalam pengurusan administrasi selama penulis menjadi mahasiswa.
6. Wali Kota Baubau dan Sekretaris Daerah Kota Baubau, Bapak La Ode Ahmad Monianse dan Bapak Dr. Roni Muhtar, M.Pd. yang telah menerima dan membantu penulis ketika melakukan penelitian di Sekretariat Daerah Kota Baubau dan bersedia menjadi informan dalam penelitian ini. Terima kasih juga kepada Kakek Dahlan yang selalu membantu dan menemani penulis selama proses penelitian.

7. Bapak Eko Pronajaya, S.Pt., Bapak Muh. Ary Rahmat, S. STP., M.Si., Ibu Asti Hartati Amilin, SE., dan Bapak La Ode Asrin, SH. yang selalu baik dan membantu dalam memberikan informasi-informasi yang diperlukan oleh penulis selama melakukan penelitian.
8. Saudara penulis, Wa Ode Fadila Rahmi dan La Ode Rizky Anugerah yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Dinda Aisyah (Naru), Dian Amisah (Andin), Latifahtul Khaerani (Latip), Putri NoorFayza (Pute), Salsabila Putri (Caca), dan Septiara Rizky (Rara) yang sudah menjadi seperti keluarga, saudara, dan sahabat selama menjalani dunia perkuliahan. Terima kasih karena sudah senantiasa membantu dalam segala hal dan berbagi cerita suka dan duka.
10. Sahabat SMA, Selti Nuarni alias Eci yang selalu menjadi tempat berkeluh kesah, terima kasih selalu memberikan doa, dukungan, semangat, dan afirmasi positif kepada penulis. Terima kasih juga Febi, Mardhiyah, dan Rani sudah menemani penulis ketika penat dalam penyusunan skripsi ini.
11. Teman-teman Aurora 2019 atas kebersamaan dan pengalaman yang telah didapatkan selama di dunia perkuliahan.
12. Teman-teman KKN 108 Desa Purnakarya, Fira, Nurul, Wiwi, Lulu, Vira, Eka, Ferhard, Gerald, dan Roy yang telah memberikan pengalaman seru. Terima kasih selalu mendukung penyelesaian skripsi ini.

Penulis dengan segala kerendahan hati menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan

semua pihak terutama untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu komunikasi.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, 2 Maret 2023

Penulis

ABSTRAK

WA ODE INDAH ARNITA. Strategi Komunikasi Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam Menjaga Citra Wali Kota pada Sekretariat Daerah Kota Baubau (Dibimbing oleh Muh. Akbar dan Sudirman Karnay).

Tujuan Penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam menjaga citra Wali Kota pada Sekretariat Daerah Kota Baubau; (2) untuk mengetahui faktor penghambat yang dihadapi Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam menjaga citra Wali Kota pada Sekretariat Daerah Kota Baubau.

Tipe penelitian ini menggunakan tipe kualitatif deskriptif. Penelitian dilakukan di Sekretariat Daerah Kota Baubau. Data primer dikumpulkan dengan melakukan observasi dan wawancara mendalam kepada informan melalui teknik *purposive sampling*. Data sekunder diperoleh dari studi pustaka seperti buku, jurnal, skripsi, dan artikel di internet yang berkaitan dengan penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Baubau terdiri atas tiga sub bagian dalam menjaga citra Wali Kota Baubau. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Sub bagian Protokol yaitu menciptakan opini publik yang positif dengan mengontrol seluruh kegiatan pimpinan. Lalu, Sub bagian Komunikasi Pimpinan berfokus menjalin hubungan dengan instansi terkait dan media (pers) melalui pertemuan secara langsung dan publikasi informasi melalui grup WhatsApp. Sub bagian Dokumentasi Pimpinan melakukan peliputan dan dokumentasi yang disajikan dalam bentuk konten menarik sebagai *personal branding* Wali Kota Baubau melalui media sosial dan *website* Pemerintah Kota Baubau. Penelitian ini juga menemukan bahwa ada beberapa faktor yang menghambat pelaksanaan strategi komunikasi dalam menjaga citra Wali Kota Baubau antara lain kesalahan alur koordinasi, etika dalam berkomunikasi, miskomunikasi, dan kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang kompeten.

ABSTRACT

WA ODE INDAH ARNITA. *Communication Strategy for the Protocol and Leadership Communication Section in Maintaining the Mayor's Image at the Regional Secretariat of Baubau City (Supervised by Muh Akbar and Sudirman Karnay).*

The aims of this study are: (1) to identify the communication strategy carried out by the Protocol and Leadership Communication Section in maintaining the Mayor's image at the Regional Secretariat of Baubau city; (2) to identify the challenges the protocol and leadership communication section faces in maintaining the Mayor's image at the Regional Secretariat of Baubau city.

This type of research uses a descriptive qualitative. This research was conducted at regional secretariat of Baubau city. Primary data was collected by observation and interviews. Secondary data was obtained from books, journals, theses, and article on the internet related to this research.

The result of this study indicate that the the communication strategy carried out by the Protocol and Communication Section for the Leadership of the Baubau City Regional Secretariat consists of three sub-sections in maintaining the image of the Mayor of Baubau City. The communication strategy carried out by protocol sub-section is to create positive public opinion by controlling all leadership activities. Then, the leadership communications sub-section focuses on establishing relationships with relevant agencies and the media through face-to-face meetings and publication of information via WhatsApp group. The leadership documentation which is presented in the form of interesting content as the Mayor of Baubau's personal branding through social media and the Baubau government website. This study also found that there several factors that hindered the implementation of the strategy in maintaining the image of Mayor of Baubau City including error in coordination flow, ethics in communication, miscommunication, and lack of competent human resources.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
D. Kerangka Konseptual	11
E. Definisi Konseptual.....	16
F. Metode Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22

A. Komunikasi	22
B. Strategi Komunikasi.....	24
C. Hubungan Masyarakat (Humas)	27
D. Protokol dan Komunikasi Pimpinan	37
E. Citra.....	42
BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	46
A. Gambaran Umum Sekretariat Daerah Kota Baubau	46
B. Visi Misi Sekretariat Daerah Kota Baubau	53
C. Alamat Instansi.....	54
D. Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Baubau.....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
A. Hasil Penelitian	60
B. Pembahasan.....	93
BAB V PENUTUP.....	104
A. Kesimpulan	104
B. Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Daftar Informan Penelitian.....	62

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Kerangka Konseptual.....	16
2. Komponen Analisis Data Model Interaktif.....	21
3. Logo Sekretariat Daerah Kota Baubau	46
4. Struktur Organisasi Setda Tipe B Kota Baubau.....	53
5. Letak Kantor Setda Kota Baubau.....	54
6. Stuktur Organisasi Bagian Prokompim.....	59

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemerintah dituntut untuk tampil sebagai organisasi pelayanan publik yang transparan dengan menerapkan prinsip *good governance*. Penyelenggaraan pemerintahan prinsip *good governance* ini telah tertuang dalam Pasal 20 Undang-Undang (UU) RI Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah yang mengatur tentang penyelenggaraan pemerintahan yang wajib dijalankan dengan asas umum penyelenggaraan pemerintahan. Tak hanya itu, pemerintah telah melakukan perbaikan dan peningkatan peran masing-masing aparatur dalam instansi pemerintahan agar mampu menjalankan tugas pokok dan fungsinya dengan baik dan memberikan nilai manfaat bagi instansi atau masyarakat lainnya. Hal ini sesuai dengan UU Nomor 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara dan Peraturan Pemerintah (PP) No. 94 Tahun 2021 tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil (PNS).

Peningkatan peran dalam instansi pemerintahan ini tentu terjadi juga pada hubungan masyarakat (humas). Humas hanya dianggap sebagai pelengkap dalam sebuah lembaga atau instansi yang bertugas mengurus dokumen-dokumen yang memuat lembaga atau instansi tersebut dan tugas lainnya yang tidak berdampak terhadap keuntungan lembaga atau instansi. Namun, saat ini humas menjadi posisi yang sangat penting karena memegang kendali agar suatu instansi bisa berjalan dengan baik. Fungsi utama humas

adalah membangun dan menjaga hubungan baik antara organisasi atau instansi dengan publik internal maupun eksternal dalam menanamkan pemahaman, motivasi, dan partisipasi publik untuk membentuk opini publik yang menguntungkan instansi atau lembaga (Liliweri, 2014).

Humas bertanggung jawab untuk menyebarkan informasi, mendidik, menyakinkan, mendapatkan simpati, dan membangkitkan ketertarikan publik terhadap sesuatu serta menjadikan masyarakat dapat mengerti dan paham mengenai sebuah situasi dalam suatu lembaga atau instansi. Humas dianggap menjadikan lembaga atau instansi menjadi lebih baik karena kinerjanya yang berupaya untuk menciptakan dan memelihara citra yang baik dari suatu lembaga atau instansi terhadap masyarakatnya.

Keberadaan humas dalam instansi pemerintahan bertanggung jawab dalam menjaga citra positif pimpinan, instansi dan mencitrakan daerah atau tempat dimana instansi tersebut berada. Humas pemerintah juga berperan sebagai penghubung antara instansi dan publik dalam menyampaikan informasi atau kebijakan dari pemerintah guna mendapatkan dukungan. Keberadaan humas dan pelaksanaan tugasnya sudah diatur dalam tugas pokok dan fungsi (tupoksi).

Humas dalam instansi pemerintahan harus menggunakan strategi dalam melakukan tupoksinya yang sesuai dengan kondisi publik untuk terus menjaga citra pemerintahan tersebut. Salah satu keinginan masyarakat yaitu memiliki pemerintahan dan pemimpin yang baik. Perkembangan pemikiran manusia yang semakin kritis dalam melihat segala hal yang timbul

menjadikan pelaksanaan pemerintahan mendapat perhatian yang besar dari masyarakat mulai dari pelaksanaan pemerintah pusat hingga ke daerah yang paling dekat dengan masyarakat secara langsung.

Citra selalu berkaitan dengan publik yang memiliki kesan dan pengetahuan tersendiri mengenai organisasi tertentu. Soemirat & Ardianto (2007:111) mengemukakan bahwa citra adalah cara orang lain dalam memandang seseorang, instansi, perusahaan, bahkan suatu aktivitas tertentu. Jadi semakin sering seseorang atau suatu instansi menginformasikan mengenai kebaikannya, maka akan semakin meningkat pula citra positifnya. Citra mencerminkan apa yang dipikirkan, emosi, dan persepsi seseorang sehingga membuat pandangan mereka bisa berbeda. Persepsi inilah yang membentuk citra dari sebuah organisasi (Alifahmi, 2005). Citra sengaja diciptakan supaya sesuatu bernilai positif dan citra sendiri merupakan aset yang penting bagi seseorang, instansi, atau perusahaan.

Sekretariat Daerah Kota Baubau menerapkan berbagai strategi baik secara internal maupun eksternal dalam membangun citra pemerintahannya. Humas Sekretariat Kota Baubau dulunya merupakan Sub bagian pada bagian umum dan protokol. Namun, berdasarkan Peraturan Wali Kota Baubau Pasal 41 Nomor 3 Tahun 2020 tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Wali Kota Baubau Nomor 65 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kota Baubau bahwa bagian umum dan protokol berubah nama menjadi Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan. Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan membawahi 3 Sub bagian yaitu Sub

bagian Protokol, Sub bagian Komunikasi Pimpinan, dan Sub bagian Dokumentasi Pimpinan. Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Baubau menjalankan fungsi penyediaan layanan keprotokolan dan kehumasan.

Tugas dan fungsi Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Baubau telah tertuang pada Peraturan Wali Kota Baubau Pasal 40 Nomor 38 Tahun 2021 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Sekretariat Daerah Kota Baubau. Tanggung jawab Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan yaitu melaksanakan tata protokoler dalam rangka penyambutan tamu pemerintah daerah, menyiapkan bahan informasi acara dan jadwal kegiatan kepala daerah dan wakil kepala daerah, melaksanakan koordinasi dan fasilitas kegiatan kepala daerah dan wakil kepala daerah, dan mendokumentasikan kegiatan kepala daerah dan wakil kepala daerah. Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan juga berperan sebagai jembatan penghubung dalam menjalin hubungan dengan berbagai pihak, mengolah dan menyebarkan informasi yang berkaitan dengan program atau kebijakan, aktivitas dan pencapaian yang diraih oleh instansi hingga tanggapan instansi, serta opini yang berkembang di masyarakat terhadap pimpinan ataupun instansi tersebut.

Pada dasarnya pimpinan suatu instansi pemerintahan mempunyai peran yang penting dalam pembentukan citra positif suatu daerah. Jika citra kepala daerah itu baik maka citra suatu pemerintahan itu juga akan baik. Pada tahun 2019, Wali Kota Baubau mendapatkan penghargaan *The Most Inspiring and*

Innovative Figure Awards 2019 oleh *Seven Media Asia-Asian Global Council* sebagai Wali Kota terbaik ke 3 dari 10 kepala daerah terbaik (lenterasultra.com, 2019).

Pemerintah Kota Baubau juga terus mendapatkan citra yang baik terbukti dengannya adanya berbagai prestasi yang diraih. Pada tahun 2019 kota Baubau terpilih sebagai kota terbaik tim pengendali inflasi daerah yang diberikan oleh Bank Indonesia Perwakilan Sulawesi Tenggara, penghargaan *E-government* dari Kementerian Kominfo, penghargaan Indonesia *award* di bidang pembangunan ekonomi daerah, penghargaan pembina umum karang taruna terbaik tingkat kabupaten/kota dan provinsi dari Kemensos, dan penghargaan kota sehat.

Pada tahun 2020 capaian prestasi yang diperoleh Pemerintah Kota Baubau antara lain penghargaan dari Menteri Keuangan atas raihan opini wajar tanpa pengecualian (WTP), penghargaan perencana pembangunan terbaik se-Sultra yang diberikan oleh kordinasi dan supervisi bidang pencegahan (korpsupgah) KPK RI, dan tambahan dana intensif daerah (DID) sebesar kurang lebih Rp14 miliar, penghargaan anugerah kebudayaan dari PWI Pusat dalam rangkaian peringatan HPN, penghargaan kota peduli HAM dari Kementerian Hukum dan HAM, dan penghargaan dari BPS RI yang diwakili oleh Kepala BPS Baubau atas pencapaian target pelaksanaan sensus penduduk *online* tahun 2020.

Sementara untuk prestasi Pemerintah Kota Baubau pada tahun 2021 yakni berhasil mendapatkan penghargaan manggala karya kencana dari

BKKBN terkait kampung nelayan dan kampung KB, dan daerah ini juga mewakili Sulawesi Tenggara pada penilaian kota sehat swastisaba wistara tingkat nasional (sultra.antaraneews.com, 2021).

Pada awal tahun 2022, terjadi pergantian kepala daerah Kota Baubau karena meninggalnya Wali Kota Baubau, Dr. H. Abdul Sajid Tamrin, M.H. pada Januari 2022 sehingga Wakil Wali Kota Baubau, La Ode Ahmad Monianse ditunjuk menjadi Pelaksanaan Tugas (Plt) Wali Kota. Namun, pada 23 Mei 2022, Bapak La Ode Ahmad Monianse resmi dilantik menjadi Wali Kota Baubau definitif. Hal ini didasarkan pada Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 131.74-1241 Tahun 2022 tentang Pengesahan Pengangkatan Wali Kota Baubau dan Pengesahan Pemberhentian Wakil Wali Kota Baubau Provinsi Sulawesi Tenggara tanggal 20 Mei 2022. Dengan adanya pergantian ini tentu membuat Pemerintah Kota Baubau terkhusus Sekretariat Daerah Kota Baubau Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan harus menyusun strategi dalam pelaksanaan tugas dan fungsinya untuk membentuk, menjaga bahkan meningkatkan citra baik dari wali kota baru.

Dalam pelaksanaan tugas dan fungsi Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Baubau harus merancang strategi komunikasi yang baik. Straregi pada hakikatnya merupakan perencanaan dan manajemen yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan. Strategi yang digunakan setiap Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan berbeda-beda dalam membangun ataupun menjaga citra yang baik bagi instansinya. Strategi yang baik harus terencana dan mengikuti perkembangan zaman sehingga

mampu menjaga citra instansi tersebut dalam jangka waktu yang lama. Strategi komunikasi saat ini tidak cukup jika hanya menanamkan kepercayaan kepada publik saja. Namun, dengan pemilihan strategi dalam berkomunikasi dua arah yang tepat antara pemerintah daerah dengan masyarakat agar terjalin relasi yang baik. Selain itu, pemilihan strategi komunikasi yang tepat dapat mengatasi masalah atau persoalan yang terjadi antara pemerintah dan masyarakat. Dengan demikian, penggunaan strategi komunikasi yang tepat dalam pelaksanaan tugas dan fungsi protokol dan komunikasi pimpinan mampu membangun, menjaga, bahkan meningkatkan citra instansi tersebut agar pandangan orang terhadap instansi tersebut baik.

Merujuk pada pentingnya strategi komunikasi dalam pelaksanaan tugas dan fungsi humas untuk membentuk ataupun menjaga citra instansi pemerintahan beberapa penelitian telah dilakukan. Salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Baiq Mirna Gita Purnama (2018) dengan judul skripsi “Strategi *Media Relations* Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dalam Upaya Pembentukan Citra Kota Mataram”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah Humas Pemerintah Kota Mataram melakukan kegiatan strategi *media relations* dengan menjalin relasi melalui hubungan personal, memberikan informasi dan mengembangkan strategi melalui berbagai kegiatan dan pelatihan dengan berbagai media, dan mengembangkan jaringan melalui organisasi kehumasan sehingga Kota Mataram dapat memperoleh

citra yang diinginkan sesuai dengan visinya Mataram “Maju, Religius dan Berbudaya”.

Penelitian dengan Judul “Strategi *Public relations* Kota Bandung dalam Membentuk Citra Pemerintah Pada Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @humasbdg) oleh Reisa Aulia (2019). Metode penelitian yang dipakai adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan upaya pemebentukan citra pada akun @humasbdg yang dilakukan oleh Humas Setda Kota Bandung dengan memberikan stimulus kepada para pengikutnya guna membentuk persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap.

Penelitian lain dilakukan oleh Silva Nurul Hikmah (2021) dengan Judul “Strategi Komunikasi Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan pada Pemerintah Kabupaten Purwakarta dalam Mewujudkan Citra Purwakarta Istimewa”. Penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan yang disusun Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan mengacu pada visi misi Purwakarta Istimewa yaitu meningkatkan pelayanan prima sedangkan tujuan utama Purwakarta meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang profesional, berbudaya dan berintegrasi, mewujudkan kesejahteraan sosial masyarakat, mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik dan efektif masih dalam proses mewujudkan citra Purwakarta Istimewa tetapi sudah terdapat beberapa faktor yang menunjukkan perkembangan.

Berbeda dengan penelitian tersebut, pada penelitian ini berfokus mengenai strategi komunikasi dalam pelaksanaan tugas dan fungsi yang

dilakukan oleh Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam menjaga citra Wali Kota Baubau pada Sekretariat Daerah Kota Baubau. Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Komunikasi Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam Menjaga Citra Wali Kota Baubau pada Sekretariat Daerah Kota Baubau”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam menjaga citra Wali Kota pada Sekretariat Daerah Kota Baubau?
2. Apa faktor penghambat yang dihadapi Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam menjaga citra Wali Kota pada Sekretariat Daerah Kota Baubau?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dari permasalahan yang ada, maka peneliti merumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam menjaga citra Wali Kota pada Sekretariat Daerah Kota Baubau.

- b. Untuk mengetahui faktor penghambat yang dihadapi Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam menjaga citra Wali Kota pada Sekretariat Daerah Kota Baubau.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang diharapkan sesuai dengan masalah yang diangkat adalah sebagai berikut:

- a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan dibidang komunikasi, khususnya mengenai strategi komunikasi dalam meningkatkan citra pimpinan dalam suatu instansi.

- b. Kegunaan Praktis

- Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana penerapan ilmu dan memberikan manfaat pengetahuan serta pengalaman bagi peneliti, khususnya mengenai strategi komunikasi.
- Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan ilmu untuk menambah wawasan dan pengetahuan juga sebagai bahan evaluasi terkait strategi komunikasi yang dilakukan oleh Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan, terkhusus pada Sekretariat Daerah Kota Baubau dalam menjaga citra Wali Kota Baubau.

D. Kerangka Konseptual

1. Strategi Komunikasi

Husein (2003:31) mendefinisikan strategi sebagai penetapan dan penyusunan rencana untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi. Selain itu, strategi dijelaskan sebagai rancangan atau rencana yang menggabungkan antara tindakan atau program dengan tujuan dan kebijakan lembaga atau instansi (Tripomo, 2005).

Komunikasi merupakan cara penyampaian pesan yang terjadi antara dua orang ataupun lebih dengan tujuan pesan dapat dipahami dan mendapatkan *feedback*. Menurut Oemi Abdurrachman (2001:30) komunikasi adalah penyampaian *message* (pesan) dari komunikator kepada komunikan untuk mengetahui respon dan reaksinya. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator untuk mengubah perilaku dan sikap komunikan (Rachmadi, 1996:62).

Strategi komunikasi adalah panduan penetapan manajemen komunikasi untuk meraih suatu tujuan. Strategi komunikasi harus bisa dijalankan sesuai dengan situasi yang hadapi oleh suatu instansi. (Effendy, 2017). Menurut Cangara (2013:61) mengenai strategi komunikasi adalah rancangan yang dibuat dengan ide-ide baru untuk mengubah sikap dan perilaku khalayak umum. Strategi komunikasi adalah gabungan dari komponen komunikasi yang terdiri dari komunikator, pesan, saluran, komunikan, dan efek yang dirancang untuk mencapai tujuan yang optimal.

Menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnet (Ruslan, 2005:37) ada tiga tujuan utama dalam strategi komunikasi, yaitu:

- a. *To secure understanding*, artinya memastikan pesan tersampaikan dengan baik kepada komunikan.
- b. *To establish acceptance*, yaitu pesan yang diterima dikelola dengan baik.
- c. *To motive action*, adalah motivasi untuk melakukan kegiatan.
- d. *The goals which the communicator sought to archive*, yaitu proses komunikasi diharapkan dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

2. Hubungan Masyarakat (Humas)

Humas merupakan sesuatu yang terdiri dari segala bentuk komunikasi yang terencana baik internal maupun eksternal yang memiliki tujuan untuk membentuk atau menjaga citra positif serta dukungan dari publiknya. Menurut Jefkins (2005:2) humas merupakan suatu upaya secara keseluruhan yang berlangsung secara terencana serta berkesinambunngan dengan tujuan mewujudkan dan menjaga niat yang baik dan saling pengertian antara organisasi dengan publik. Humas merupakan fungsi manajemen yang menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik, meninjau sikap publik, dan mengidentifikasi kebijakan seseorang atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik (Moore, 2005).

Kedudukan humas pada instansi pemerintah secara fungsional dan operasional untuk mempublikasikan dan menyebarluaskan berbagai kegiatan kepada pihak internal maupun eksternal (Ruslan, 2005). Oleh karena itu, humas harus mampu membangun relasi yang baik dengan publik agar terjalin saling percaya dan pengertian dalam kerja sama yang dilakukan.

Pelaksanaan dalam kehumasan membutuhkan suatu strategi dalam setiap kegiatannya. Sebagaimana menurut teori Cutlip dkk (Ruslan, 2010:148-149) menyatakan bahwa terdapat empat langkah dalam strategi komunikasi yang dilakukan humas sebagai landasan saat melaksanakan suatu strategi. Empat langkah tersebut antara lain:

- a. *Defining the problem*, dalam hal ini humas harus bisa melaksanakan kegiatan pemantauan terhadap suatu opini ataupun informasi, serta perilaku dan sikap publiknya.
- b. *Planning and programming*, dalam tahap ini seorang humas meneliti situasi berdasarkan hal-hal yang terjadi di sekitar serta bagaimana hal yang harus dilakukan dalam perencanaannya.
- c. *Taking action and communicating*, seorang humas dalam tahap ini harus dapat menentukan siapa yang akan mengkomunikasikan program kepada publik.
- d. *Evaluating the program*, proses ini merupakan penilaian terhadap hasil dari suatu program yang telah dilaksanakan yang dijadikan

bahan evaluasi agar pelaksanaan kegiatan kedepannya dapat lebih baik lagi.

3. Protokol dan Komunikasi Pimpinan

Divisi humas pada instansi pemerintahan berubah nama menjadi Bagian Protokol dan Komunikasi. Hal ini sesuai dengan aturan Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia (Kemendagri RI) Nomor 56 Tahun 2019, tentang Pedoman Nomenklatur dan Unit Kerja Sekretariat Daerah Provinsi dan Kabupaten/Kota.

Adapun Fungsi Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan sama halnya dengan humas, yaitu:

- a. Penyiapan bahan pelaksanaan kebijakan dibidang protokol, komunikasi pimpinan, dan dokumentasi.
- b. Penyiapan bahan pengoordinasian pelaksanaan tugas Perangkat Daerah dibidang protokol, komunikasi pimpinan, dan dokumentasi.
- c. Penyiapan bahan pemantauan dan evaluasi pelaksanaan kebijakan daerah terkait protokol, komunikasi pimpinan, dan dokumentasi.
- d. Penyiapan fungsi lain yang diberikan oleh Asisten Administrasi Umum yang berkaitan dengan tugasnya.

4. Citra

Citra adalah keyakinan seseorang mengenai suatu objek. Definisi lain dari citra menurut Rhenald Kasali (2003:28) adalah kesan seseorang terhadap sesuatu yang muncul akibat adanya informasi yang selalu beredar. Adapun menurut Soemirat & Ardianto (2008:113)

mendefinisikan citra adalah pandangan pihak luar mengenai suatu seseorang ataupun organisasi.

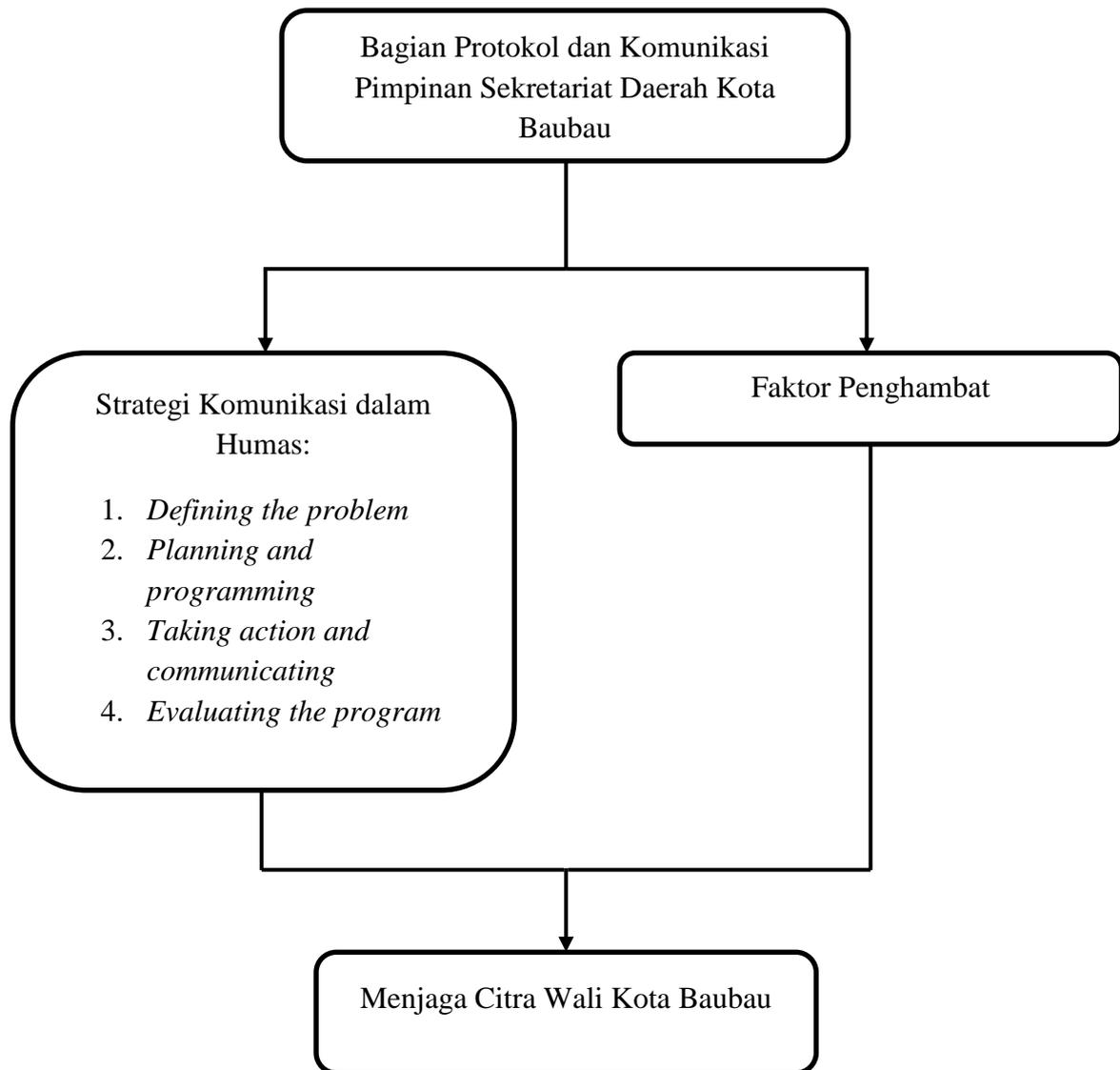
Menurut Jefkins (2003:20) ada beberapa jenis citra diantaranya:

- a. Citra bayangan, citra yang diyakini para pemimpin organisasi mengenai pandangan luar terhadap organisasinya.
- b. Citra yang berlaku, pandangan pihak luar mengenai suatu organisasi.
- c. Citra yang diharapkan, citra yang ingin dicapai oleh pihak manajemen dalam sebuah organisasi.
- d. Citra Perusahaan, citra dari suatu organisasi secara keseluruhan.
- e. Citra majemuk, adalah perbedaan citra yang muncul dalam satu organisasi akibat ketidaksamaan perilaku antara individu dalam organisasi dan organisasi tersebut.

Soemirat dan Ardianto (2004:111-112) terdapat empat unsur dalam proses terciptanya citra, yaitu:

- a. Persepsi. Seseorang akan mengutarakan pendapatnya sesuai dengan rangsangan yang diterimanya. Jadi, individu akan memberikan pandangan positif jika hal itu sejalan dengan apa yang diyakininya.
- b. Kognisi. Keyakinan yang timbul dari individu akibat dari proses berpikir mengenai informasi yang diterima.
- c. Motif. Keadaan dalam diri seseorang yang memotivasi untuk melakukan kegiatan tertentu demi meraih tujuan.
- d. Sikap. Kecenderungan untuk berperilaku dengan cara tertentu.

Merujuk pada penjelasan diatas, maka dapat dibuat kerangka konseptual sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

E. Definisi Konseptual

Untuk menghindari kesalahpahaman arti yang digunakan dalam penelitian ini maka peneliti membatasi istilah yang sesuai dengan judul penelitian sebagai berikut.

1. Strategi merupakan penyusunan rencana untuk meraih tujuan.
2. Strategi komunikasi merupakan penyusunan rencana terkait komunikasi oleh Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan untuk menjaga citra Wali Kota Baubau.
3. Protokol dan Komunikasi Pimpinan merupakan unsur dalam pemerintahan yang fokus menjaga citra pimpinan melalui fungsi kehumasan dan tata keprotokolan.
4. Citra merupakan keseluruhan dari gambaran atau kesan tentang individu dalam hal ini adalah Wali Kota Baubau. Citra wujudnya dapat dirasakan melalui hasil yang diperoleh secara baik.
5. Wali Kota merupakan orang memimpin suatu daerah.
6. Sekretariat Daerah Kota Baubau merupakan perangkat daerah yang membantu pelaksanaan tugas Wali Kota Baubau.

F. Metode Penelitian

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Sekretariat Daerah Kota Baubau yang berlokasi di Jl. Raya Palagimata Kel. Lipu Kec. Betoambari, Baubau, Sulawesi Tenggara. Penelitian dilakukan selama kurang lebih 2 bulan terhitung dari bulan November 2022 hingga Januari 2023.

2. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian kualitatif-deskriptif. Menurut Sugiyono (2016:11) penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan atau menerangkan

secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti baik mengenai kejadian, individu, atau kelompok.

Penggunaan metode kualitatif deskriptif dipenelitian ini digunakan untuk menggambarkan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Baubau dalam menjaga citra Wali Kota Baubau.

3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Hasan (2002: 82) mengemukakan bahwa data primer adalah data yang didapatkan langsung oleh peneliti di lapangan. Dalam penelitian ini, data diperoleh secara langsung dengan melakukan observasi dan menemui para informan.

1) Observasi

Penelitian ini menggunakan observasi non partisipan untuk mengamati strategi komunikasi yang dilakukan Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam menjaga citra Wali Kota Baubau pada Sekretariat Daerah Kota Baubau. Observasi non partisipan dapat menjadikan peneliti sebagai pihak yang independen dalam mengamati objek penelitian.

2) Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data untuk memperoleh informasi dari informan melalui pembicaraan (Silalahi, 2015). Metode wawancara dapat bersifat fleksibel

yang disesuaikan tiap individu. (Afifuddin, 2015). Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terbuka dan tidak terstruktur serta mengutamakan wawancara mendalam.

b. Data Sekunder

Ardial (2014:360) data sekunder berasal dari data primer yang telah diolah lebih dalam sehingga menjadi lebih informatif bagi pihak lain. Data sekunder dalam penelitian, penulis mendapatkan dari buku-buku, literatur, media, foto-foto, internet, dan lain sebagainya yang dapat digunakan sebagai pendukung penelitian ini.

4. Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan yang akan diwawancarai dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Peneliti memilih informan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, peneliti akan memperoleh data dari beberapa informan, yaitu:

- a. Wali Kota Baubau (1 orang)
- b. Sekretaris Daerah Kota Baubau (1 orang)
- c. Kepala Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (1 orang)
- d. Kepala Sub bagian Protokol (1 orang)
- e. Kepala Sub bagian Komunikasi Pimpinan (1 orang)
- f. Kepala Sub bagian Dokumentasi Pimpinan (1 orang)

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan penelitian kualitatif yang sangat penting karena peneliti dapat menemukan hasil dari penelitian yang dilakukan. Tahapan ini menjabarkan bagian-bagian data sehingga susunan atau tatanan data yang dijabarkan dapat tampak jelas untuk ditangkap maknanya.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif, mengikuti konsep yang diberikan oleh Miles dan Huberman yaitu analisis terhadap data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan analisis masalah yang ditemukan di lapangan sehingga diperoleh gambaran yang jelas untuk menarik kesimpulan (Sugiyono, 2017:246-253).

Aktivitas dalam analisis data yaitu reduksi data, *display* data, dan *conclusion drawing/verification* sebagai berikut:

a. Reduksi data (*data reduction*)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya banyak, kompleks dan rumit sehingga perlu dicatat secara teliti dan rinci serta melakukan reduksi data. Mereduksi data berarti memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, merangkum data yang sesuai dengan penelitian agar memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data berikutnya.

b. Penyajian data (*display data*)

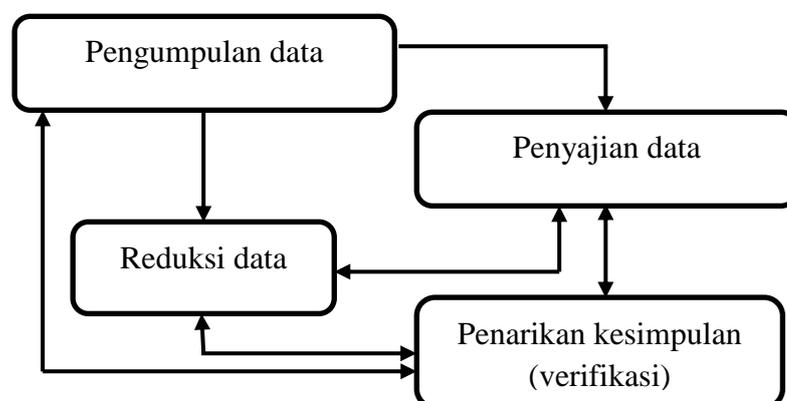
Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk hubungan antar kategori, uraian singkat yang bersifat naratif, bagan, dan sejenisnya yang dapat mempermudah untuk penarikan kesimpulan.

c. Penarikan kesimpulan/ verifikasi (*concluding drawing/ verification*)

Langkah ketiga adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan akan dilakukan terus menerus selama dilapangan hingga data yang diperoleh sudah kuat. Selain itu, penarikan kesimpulan ini disertai dengan verifikasi yaitu memastikan kembali data yang diperoleh ketika observasi dan wawancara sudah valid dengan melihat bukti-bukti yang berkaitan dengan objek penelitian dan juga sumber-sumber lainnya yang relevan.

Analisis data kualitatif ini disederhanakan dengan model sebagai

berikut:



Gambar 2. Komponen Analisis Data Model Interaktif

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Komunikasi

1. Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator untuk mengubah perilaku dan sikap komunikan (Rachmadi, 1996). Menurut Oemi Abdurrachman (2001:30) komunikasi adalah penyampaian *message* (pesan) dari komunikator kepada komunikan untuk mengetahui respon dan reaksinya sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan cara penyampaian pesan yang terjadi antara dua orang ataupun lebih dengan tujuan pesan dapat dipahami dan mendapatkan *feedback*.

Weaver (Silviani, 2021) mengatakan bahwa komunikasi merupakan semua prosedur yang dilalui dalam pikiran seseorang dapat mempengaruhi orang lain. Hoveland dkk (Silviani, 2021:27) menjelaskan bahwa komunikasi adalah proses seorang komunikator menyampaikan pesan melalui kata-kata dengan tujuan untuk mempengaruhi pikiran bahkan perilaku orang disekitarnya

2. Tujuan Komunikasi

Komunikasi tidak hanya untuk mengerti dan memahami satu sama lainnya, melainkan juga memiliki tujuan dalam berkomunikasi, yaitu:

- a. Perubahan sikap artinya dengan berkomunikasi akan memberikan banyak informasi kepada orang lain sehingga mereka akan merubah sikapnya.
- b. Perubahan pendapat artinya banyaknya informasi yang diterima melalui komunikasi diharapkan dapat merubah persepsi dan pendapat orang lain terhadap informasi yang disampaikan.
- c. Perubahan perilaku artinya perubahan perilaku yang dilakukan oleh seseorang dapat terjadi karena banyaknya informasi yang diperoleh melalui komunikasi.
- d. Perubahan sosial artinya dengan memberikan beragam informasi pada masyarakat agar mereka mau mendukung bahkan ikut serta berpartisipasi. Karena komunikasi dapat mendorong terjadinya perubahan sosial maka ahli komunikasi merinci beberapa tujuan komunikasi diantaranya mendapatkan respon langsung, menciptakan kesadaran, mengubah persepsi, mengubah keyakinan, mengubah sikap hingga memperkuat sikap, mengingatkan kembali hingga membangun citra.

3. Hambatan Komunikasi

Menurut Zaenal Mukarom dalam bukunya *Manajemen Public Relation: Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat* (2015), hambatan dalam komunikasi ada 3 jenis, yaitu:

- a. Hambatan dari proses komunikasi, terdiri dari beberapa faktor, yaitu:

- Hambatan dari komunikator, contoh pesan yang disampaikan kepada komunikan belum terlalu jelas. Hal ini dipengaruhi oleh emosi atau perasaan.
 - Hambatan dalam penyandian/symbol, hal ini terjadi karena bahasa yang digunakan terlalu sulit atau mengandung makna lebih dari satu sehingga komunikator dan komunikan tidak sepemahaman.
 - Hambatan media, terjadi pada penggunaan media komunikasi seperti gangguan jaringan sehingga tidak dapat mendengarkan informasi dengan jelas.
 - Hambatan dari komunikan, misalnya kurangnya perhatian pada saat mendengarkan pesan sehingga muncul sikap prasangka yang keliru terhadap informasi yang diterima.
- b. Hambatan teknis, dapat mengganggu komunikasi yang efektif. Misalnya cuaca yang berujung gangguan fisik hingga gangguan alat komunikasi.
- c. Hambatan semantik, terjadi karena perbedaan penafsiran pesan yang disampaikan oleh komunikator dan pesan yang diterima oleh komunikan. Hal ini terjadi karena ketidaktepatan dalam pemilihan kata-kata yang akan disampaikan komunikator kepada komunikan.

B. Strategi Komunikasi

Martin-Anderson (Cangara, 2013:61) mengungkapkan bahwa strategi adalah usaha melibatkan keahlian berpikir untuk mencapai tujuan secara

maksimal dan efisien dengan memanfaatkan semua sumber daya yang tersedia. Dengan demikian, kata strategi dapat bermakna kebijakan yang menjadi penghubung antara tujuan dan sasaran yang ingin dicapai. Jika logika strategi diaplikasikan dalam bidang komunikasi berarti keahlian dalam menggunakan sumber daya komunikasi secara efektif agar tercapai tujuan dan target dari setiap aktivitas komunikasi.

Strategi komunikasi selalu dikaitkan dengan bagaimana menggerakkan sumber daya komunikasi dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Adapun sumber daya komunikasi terdiri dari unsur-unsur komunikasi antara lain komunikator, pesan, media, tujuan yang ingin dicapai, komunikan, dan efek dari pesan tersebut. Jadi, strategi komunikasi menjelaskan tahapan nyata dalam rangkaian aktivitas komunikasi yang berpedoman pada teknis pengaplikasian unsur-unsur komunikasi untuk mencapai tujuan.

Alo Liliweri (2014) mendefinisikan strategi komunikasi sebagai aturan, teknik, atau tata cara kerja komunikasi sehingga kita dapat meraih tujuan yang telah disepakati. Oleh karena itu, perlu adanya seperangkat prosedur strategi komunikasi untuk mencapai tujuan tersebut, yaitu:

1. Mengidentifikasi visi dan misi. Visi adalah cita-cita jangka panjang yang dapat dicapai oleh komunikasi. sementara misi merupakan penjabaran operasional dari visi.
2. Menentukan program dan kegiatan, yaitu program yang telah dibuat dengan adanya batas waktu pengerjaan.

3. Menentukan tujuan dan hasil yang ingin dicapai.
4. Seleksi penentuan komunikan yang akan menjadi sasaran komunikasi.
5. Menyusun isi pesan secara jelas dan menyarankan tindakan tertentu.
6. Menentukan komunikator dengan menetapkan kriteria yang sesuai seperti mempertimbangkan ilmu, keahlian, profesional, dan tingkat kredibilitas.
7. Pemilihan media yang tepat sesuai dengan target sasaran.
8. Melakukan *Scan* konteks dan persaingan untuk menganalisis risiko dan konteks dengan menghitung peluang memenangkan persaingan merebut hati target sasaran ditengah banyaknya informasi yang muncul dalam waktu yang bersamaan.

Tantangan komunikasi dalam dunia globalisasi mengharuskan pemilihan strategi komunikasi menjadi hal yang sangat krusial agar tujuan komunikasi yang diharapkan dapat tercapai. Maka kehati-hatian memilih strategi komunikasi, dengan menghitung segala resiko dan hambatan komunikasi serta memanfaatkan peluang agar dapat mengurangi efek kegagalan komunikasi yang menimbulkan kerugian.

Menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnet (Ruslan, 2005:37) ada tiga tujuan utama dalam strategi komunikasi, yaitu:

- a. *To secure understanding*, artinya memastikan pesan tersampaikan dengan baik kepada komunikan.
- b. *To establish acceptance*, yaitu pesan yang diterima dikelola dengan baik.
- c. *To motive action*, adalah motivasi untuk melakukan kegiatan.

- d. *The goals which the communicator sought to archive*, yaitu proses komunikasi diharapkan dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

C. Hubungan Masyarakat (Humas)

1. Pengertian Humas

Humas merupakan fungsi manajemen yang membangun dan menjaga hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan publik yang menjadi landasan keberhasilan atau kegagalan (Cutlip dkk, 2005). Definisi lain yang menyebutkan humas atau *public relations* adalah fungsi manajemen dikemukakan oleh *Public relations News*, hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang mempelajari sikap publik dalam mengidentifikasi kebijakan atau prosedur individu serta organisasi dalam kepentingan masyarakat, dan merancang serta menjalankan program tindakan untuk mendapatkan pemahaman dan penerimaan masyarakat.

Definisi menurut *Mexican Statement* dalam asosiasi praktisi PR (1979), humas merupakan seni dan ilmu sosial yang memprediksi konsekuensi dari kebijakan dan pelaksanaan program yang direncanakan serta memberikan masukan bagi pimpinan organisasi. Suhandang (2004:45) mengemukakan definisi humas atau *public relations* adalah kegiatan komunikasi suatu organisasi kepada publiknya.

Menurut Theaker (2004:4) bahwa *public relations* (PR) merupakan fungsi manajemen khusus yang membantu membangun dan memelihara saling jalur komunikasi, penerimaan pengertian, dan kerjasama antara

organisasi dan publik, yang melibatkan pengelolaan masalah atau persoalan, membantu manajemen untuk tetap memperoleh informasi dan responsif terhadap opini publik. Menurut Firzan Nova, *public relations* adalah menciptakan dan meningkatkan hubungan baik antara organisasi dan publik (internal dan eksternal) dengan memberikan pemahaman, menumbuhkan motivasi serta partisipasi publik agar tercipta opini publik yang menguntungkan organisasi (Bahri & Masriadi, 2021).

Public relations menurut Howard Bohnam adalah seni untuk menciptakan pengertian publik secara lebih baik, sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau suatu organisasi/lembaga.

Menurut Glenn dan Denny Griswold (Abdurrahman, 2001:26), *Public relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, untuk melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh kepentingan dan pengakuan dari publik. *Public relations* merupakan usaha manajemen sebuah organisasi dalam membuat program kerja yang positif untuk membangun hubungan harmonis publiknya (Ireve Silviani, 2020).

Keberadaan humas dalam instansi pemerintah secara fungsional dan operasional adalah untuk menyebarluaskan dan mempublikasikan kegiatan instansi yang ditujukan kepada khalayak (Ruslan, 2005). Menurut Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 35 Tahun 2014 tentang Badan Koordinasi Hubungan Masyarakat, hubungan masyarakat di unit kerja bidang humas adalah lembaga humas dan/atau

praktisi humas yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi yang persuasif, efektif, dan efisien untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan publiknya melalui berbagai saran kehumasan dalam rangka menciptakan citra dan reputasi yang positif instansi pemerintah.

Sementara menurut Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara-Birokrasi No. 6 Tahun 2014 tentang Pranata Humas, kegiatan atau upaya yang dilakukan oleh pranata humas mulai dari perencanaan, pelayanan informasi, pelaksanaan hubungan internal dan eksternal, audit komunikasi kehumasan, dan pengembangan pelayanan informasi kehumasan.

Definisi humas dari literatur dan peraturan kehumasan pemerintah makin meyakinkan kita bahwa istilah *public relations* dan humas adalah sama dalam pengertian sama fungsi, peran, tugas, dan pekerjaan. Humas hanya terjemahan *public relations*.

2. Ciri-Ciri Humas

Aktivitas humas organisasi bisnis/swasta dan humas pemerintah memiliki kesamaan ciri-ciri sebagai berikut.

- a. Aktivitas humas bisa terjadi dalam konteks organisasi maupun perseorangan.
- b. Humas menjalin relasi positif, saling memahami dan bekerjasama tidak hanya antar organisasi tetapi juga individu.

- c. Aktivitas humas bisa dilakukan kelembagaan seperti divisi-bagian humas dan bisa dilakukan perseorangan/individu.
- d. Dilakukan secara terencana, terprogram, dan tersusun dari pemikiran yang mantap dan proses bertahap, sistematis, dan berkelanjutan.
- e. Aktivitas humas berbasis ilmu pengetahuan, bisa diukur dampaknya secara ilmiah.
- f. Aktivitas humas harus berdasarkan komunikasi antara organisasi dan publiknya dengan tujuan untuk saling mendengarkan dan memahami.
- g. Humas adalah manajer komunikasi yang bertugas mengkoordinasikan semua aktivitas komunikasi dalam organisasi.
- h. Publik dan *stakeholders* (internal dan eksternal) adalah sasaran humas. Humas pemerintah dan lembaga bisnis sama-sama mempunyai *stakeholders* yaitu masyarakat.
- i. Humas adalah fungsi manajemen untuk membangun dan menjaga citra positif dengan cara menjalin hubungan yang baik.
- j. Humas merupakan fungsi kepemimpinan.

3. Tugas dan Fungsi Humas

Menurut Childs. L. Ciplds (Arifin, 2016) menyatakan fungsi dasar humas adalah sepemahaman dengan kepentingan publik dan menunjang organisasi untuk menyesuaikan diri dengan publiknya. Fungsi humas ini hendaknya diterapkan oleh humas pada masa kini.

Hubungan masyarakat mempunyai dua tugas pokok dan fungsi (tupoksi) diantaranya adalah menciptakan komunikasi dua arah dengan publiknya agar tercipta hubungan yang baik dan membentuk opini publik dan citra yang positif agar publik memiliki kepercayaan serta mendukung instansi tersebut (Arifin, 2007:6).

Sementara Cutlip dkk (2005) mengemukakan tugas pokok dan fungsi humas yaitu:

- a. Menciptakan dan menjaga hubungan baik antara instansi dan publiknya agar kebijakan yang direncanakan berhasil.
- b. Sebagai tolak ukur moralitas dan etika profesi maka diidentifikasi pembentukan dan pemeliharaan hubungan sangat menyenangkan baik bagi instansi maupun publiknya.

Sedangkan Bertrand R. Canfield dan Frazier Moor hanya menyebutkan tupoksi humas dalam hubungan dengan pihak luar (publik eksternal) saja, yaitu menitikberatkan pada moral dan tingkah laku yang baik, mengabdikan kepada kepentingan umum, dan menjalin komunikasi yang baik (Arifin, 2016). Untuk menjaga komunikasi tetap efektif dan hubungan yang baik dibutuhkan kredibilitas dalam kerja humas. Kredibilitas ini diukur dari moral dan tingkah laku baik yang dimiliki oleh seorang humas.

Dalam buku *Public Relations: Teori dan Praktek* yang ditulis oleh Djanalis Djanaid (1993) ada dua fungsi PR, yaitu:

- a. Fungsi konstruktif, peranan humas dalam hal ini menjadi garda terdepan dalam mewujudkan tujuan-tujuan organisasi. Humas diharapkan membuat aktivitas ataupun kegiatan terencana yang bersifat proaktif dan cenderung berkesinambungan. Selain itu, humas juga bertindak secara preventif atas segala kemungkinan yang terjadi.
- b. Fungsi korektif, humas berperan sebagai “pemadam kebakaran” artinya apabila organisasi tersebut mendapati sebuah masalah atau krisis terutama dengan publik maka humas harus siap menyelesaikan masalah tersebut.

4. Peran Humas

Peranan petugas humas ada dua, yaitu peranan manajerial dan peranan teknis. Peranan manajerial berhubungan dengan fungsi-fungsi humas yang berkaitan dengan kebijakan. Oleh karena itu, humas berperan sebagai pengambil kebijakan karena manajer humas adalah bagian manajemen atau pimpinan lembaga (Cutlip, dkk 2011). Peran humas sebagai manajerial ada tiga, yaitu:

- a. *Expert presciber*, yakni humas berperan sebagai manajemen masalah dan isu, memberikan informasi dan responsif terhadap opini masyarakat, hingga melayani sistem pencegahan awal untuk mengantisipasi masalah.
- b. *Communication facilitator*, yaitu peran humas sebagai fasilitator, penghubung, bahkan mediator komunikasi antara organisasi dengan

publiknya. Humas harus memperjuangkan kepentingan bahkan saran dari publik dalam mempertimbangkan kebijakan yang akan dibuat.

- c. *Problem-solving facilitator*, humas berperan sebagai mitra manajemen dalam mengatasi masalah hingga mengimplementasikan kebijakan dan program yang tujuannya untuk kepentingan publik.

Sementara peran teknis komunikasi yaitu kegiatan yang dilakukan untuk mendukung peran manajerial humas. Peran teknis ini diantaranya *press release*, membuat naskah pidato, *website*, dan laporan tahunan.

5. Bidang Kegiatan Humas dan Jenis Hubungan

Menurut Arifin dalam Bukunya Paradigma *Public relations* ada 4 bentuk kegiatan humas, yaitu:

- a. Publisitas/agen pers untuk menciptakan hubungan dengan media (*media relations*).
- b. Informasi publik untuk menciptakan hubungan dengan berbagai pihak mulai dari organisasi tertentu, pemerintah, perusahaan, maupun hubungan marketing.
- c. Manajemen isu untuk menciptakan riset kehumasan yang bertujuan mengidentifikasi atau merespons rumor dan isu kebijakan publik mengganggu hubungan instansi dengan publiknya.
- d. Lobi untuk menciptakan komunikasi dua arah secara langsung dengan tujuan membangun dan menjaga hubungan dengan pemerintah terkait regulasi dan legislasi.

6. Strategi Komunikasi dalam Humas

Pelaksanaan dalam kehumasan membutuhkan suatu strategi dalam setiap kegiatannya. Sebagaimana menurut teori Cutlip dkk (Ruslan, 2010:148-149) menyatakan bahwa terdapat empat langkah dalam strategi komunikasi yang dilakukan humas merupakan suatu proses perencanaan kegiatan yang menjadi landasan saat melaksanakan suatu strategi. Empat langkah tersebut antara lain:

- a. *Defining the problem*, dalam hal ini humas harus bisa melaksanakan kegiatan pemantauan terhadap suatu opini ataupun informasi, serta perilaku dan sikap yang terkait dengan objek yang ditelitinya. Humas bisa mengumpulkan data tentang masalah tersebut dari berbagai sumber seperti berita media massa, obrolan warga, atau keluhan langsung dari masyarakat. Masalah berarti perbedaan antara yang diharapkan dan dialami, untuk mengatasi hal tersebut dibutuhkan pemikiran dan keterampilan yang tepat. Langkah yang dapat dijalankan adalah mencari apa yang terjadi saat ini dengan cara observasi dan penggalian opini, perbuatan dan moral serta pengetahuan pihak terkait yang dipengaruhi oleh kebijakan dan tindakan yang dikeluarkan sebuah organisasi.
- b. *Planning and programming*, dalam tahap ini seorang humas meneliti situasi berdasarkan hal-hal yang terjadi di sekitar serta bagaimana hal yang harus dilakukan dalam perencanaannya. Informasi yang telah dikumpulkan akan menjadi dasar untuk membuat rencana dan

- keputusan mengenai program dan langkah-langkah serta sasaran yang akan dipilih dan tuju terkait masalah ataupun peluang yang ada.
- c. *Taking action and communicating*, seorang humas dalam tahap ini harus dapat menentukan mengenai apa dan siapa yang akan melakukan ataupun mengkomunikasikan suatu program kepada publik. Dalam program yang telah disusun, humas harus mengimplementasikan program tersebut dan harus menentukan komunikasi yang tepat mulai dari siapa yang akan melakukan, bagaimana isi pesan tersebut dan bagaimana cara penyampaian yang tepat, hingga kapan dan dimana akan dilakukan program tersebut.
- d. *Evaluating the program*, dalam proses ini melibatkan suatu penilaian terhadap implementasi serta hasil dari suatu program yang telah dilakukan. Evaluasi dilakukan untuk mengukur program yang telah direalisasikan apakah efektif dan efisien agar bisa terlihat tingkat keberhasilan program tersebut dan bagaimana yang kurang sehingga dapat dibenahi dan dipelajari agar hasil dikemudian hari lebih baik lagi. Hasil penelitian pada evaluasi ini dapat dipergunakan untuk pencarian informasi dalam tahap awal agar kegiatan dalam pelaksanaan-pelaksanaan kedepannya dapat lebih baik lagi. Sebenarnya evaluasi tidak hanya dilakukan pada saat adanya program atau kegiatan saja. Melainkan juga evaluasi merupakan tanggung jawab sosial dalam sebuah organisasi.

Dengan demikian, strategi komunikasi yang dipergunakan dalam kehumasan merupakan hal yang penting untuk menentukan berhasil atau tidaknya dalam suatu proses komunikasi dan menjadi sebagai penunjang seorang humas dalam menjalankan tugas, pokok, dan fungsinya.

7. Teori Bauran *Public Relations*

Bauran *public relations* merupakan konsep perpaduan saluran komunikasi suatu instansi untuk tujuan penyampaian pesan kepada pihak eksternal agar terwujud hubungan komunikasi yang baik dan menguntungkan. Adapun unsur utama peranan *public relations* menurut Firzan Nova (2011) dalam bukunya yang berjudul *Crisis Public Relations*, yaitu:

- a. Publikasi dan publisitas (*publications*) dilakukan dengan penyelenggaraan publikasi dan penyebarluasan informasi kepada publik tentang kegiatan suatu instansi melalui berbagai media. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan tanggapan positif dari masyarakat.
- b. Penyusunan program/acara (*event*) dilakukan dengan membuat acara tertentu untuk mempengaruhi opini publik.
- c. Menciptakan berita (*news*) dengan cara membuat *press realease* ataupun *news letter* sesuai dengan kemampuan menulis yang harus dimiliki seorang humas.
- d. Kepedulian terhadap komunitas (*community involvement*) dilakukan dengan mengadakan interaksi sosial dengan kelompok masyarakat tertentu untuk menjalin relasi yang baik dengan instansi.

- e. Memberitahukan atau meraih citra (*inform or image*) dilakukan dengan menarik perhatian publik melalui pemberian informasi yang diharapkan dapat membentuk citra positif.
- f. Lobi dan negosiasi (*lobbying and negotiation*) dilakukan dengan pendekatan pribadi dan bernegosiasi kepada publik sebelum mengeluarkan sebuah kebijakan agar tercapai kesepakatan dan saling menguntungkan (*win-win solution*).
- g. Tanggung jawab sosial (*social responsibility*) adalah rasa tanggung jawab sebuah instansi untuk menunjukkan kepeduliannya kepada publik untuk sukses meraih simpati atau empati.

D. Protokol dan Komunikasi Pimpinan

Berdasarkan Peraturan Dalam Negeri (Permendagri) Nomor 56 Tahun 2019 tentang Pedoman Nomenklatur dan Unit Kerja Sekretariat Daerah Provinsi dan Kabupaten/Kota terdapat beberapa perubahan yang cukup mendasar terjadi pada beberapa bagian sekretariat daerah terutama Bagian Humas dan Protokol (BHP) yang kini menjadi Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokompim). Perubahan yang terjadi pada BHP menjadi Prokompim bukan hanya sekadar perubahan nama tetapi lebih substansial pada tugas dan fungsinya dan berimplikasi kepada Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo).

Biro atau bagian humas pemerintah di pemerintah provinsi, pemerintah kabupaten dan pemerintah kota menjalankan manajemen komunikasi di lingkungan pemerintahan seperti memberikan dan mengelola informasi

kepada publik terkait kegiatan, kebijakan hingga program pemerintah daerah; memberikan pengertian dan pemahaman kesamaan visi-misi dan persepsi antara pemerintah dan masyarakat; menampung aspirasi masyarakat sebagai masukan dalam mengevaluasi kebijakan; menjadi juru bicara dan menyampaikan kegiatan kepala daerah; menanggapi opini dan informasi yang beredar di masyarakat terkait penyelenggaraan pemerintahan; membuat dan menjalankan program untuk membangun citra positif instansi pemerintahan; dan memberikan beragam informasi kepada dinas komunikasi dan informatika untuk disebarkan ke lingkup yang lebih luas. Selain itu, biro atau humas pemerintah di pemerintah provinsi, pemerintah kabupaten dan pemerintah kota melaksanakan fungsi komunikasi internal, termasuk memfasilitasi komunikasi karyawan atau aparatur sipil negara (ASN) dengan pimpinan, dan sebaliknya (Kriyantono, 2021).

Di level kabupaten/kota, tugas Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan adalah penyiapan bahan pelaksanaan, pengorganisasian, pemantauan dan evaluasi pelaksanaan perangkat daerah dibidang protokol, komunikasi pimpinan, dan dokumentasi.

Adapun secara rinci disampaikan mengenai nomenklatur baru dalam Peraturan Dalam Negeri Nomor 56 Tahun 2019 tentang Pedoman Nomenklatur dan Unit Kerja Sekretariat Daerah Provinsi dan Kabupaten/Kota sebagai berikut.

1. Kabupaten/Kota Tipe A

(a) Sub bagian Protokol

- Melaksanakan tata protokoler dalam rangka penyambutan tamu pemerintah daerah;
- Menyiapkan bahan koordinasi dan/atau fasilitas keprotokolan;
- Menyiapkan bahan informasi acara dan jadwal kegiatan kepala daerah dan wakil kepala daerah;
- Menginformasikan jadwal dan kegiatan pemerintah daerah;
- Melaksanakan koordinasi dan fasilitasi kegiatan kepala daerah dan wakil kepala daerah.

(b) Sub bagian Komunikasi Pimpinan

- Menjalin hubungan dengan berbagai pihak terkait pelaksanaan fungsi juru bicara pimpinan daerah;
- Memberikan masukan kepada pimpinan daerah tentang penyampaian informasi tertentu;
- Memberikan informasi dan penjelasan kepada pihak-pihak terkait sesuai dengan kebutuhan dan atau arahan pimpinan.

(c) Sub bagian Dokumentasi Pimpinan

- Mendokumentasikan kegiatan Kepala daerah dan wakil kepala daerah;
- Menyusun notulensi rapat kepala daerah dan wakil kepala daerah;
- Memfasilitasi peliputan media terhadap kegiatan kepala daerah dan wakil kepala daerah.

2. Kabupaten/Kota Tipe B

Sama seperti Kabupten/Kota Tipe A, yakni terdapat Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan, tetapi ada penambahan tugas Sub bagiannya.

(a) Sub bagian Protokol

- Melaksanakan tata protokoler dalam rangka penyambutan tamu pemerintah daerah;
- Menyiapkan bahan koordinasi dan/atau fasilitas keprotokolan;
- Menyiapkan bahan informasi acara dan jadwal kegiatan kepala daerah dan wakil kepala daerah;
- Menginformasikan jadwal dan kegiatan pemerintah daerah;
- Melaksanakan koordinasi dan fasilitasi kegiatan kepala daerah dan wakil kepala daerah.

(b) Sub bagian Komunikasi Pimpinan

- Menjalin hubungan dengan berbagai pihak terkait pelaksanaan fungsi juru bicara pimpinan daerah;
- Memberikan masukan kepada pimpinan daerah tentang penyampaian informasi tertentu;
- Memberikan informasi dan penjelasan kepada pihak-pihak terkait sesuai dengan kebutuhan dan atau arahan pimpinan;
- Menghimpun dan mengolah informasi yang bersifat penting dan mendesak sesuai kebutuhan kepala daerah dan wakil kepala daerah;
- Menyiapkan dan menggandakan bahan materi rapat;

- Menyiapkan dan menggandakan materi kebijakan;
- Menyusun naskah sambutan dan pidato kepala daerah dan wakil kepala daerah.

(c) Sub bagian Dokumentasi Pimpinan

- Mendokumentasikan kegiatan Kepala daerah dan wakil kepala daerah;
- Menyusun notulensi rapat kepala daerah dan wakil kepala daerah;
- Memfasilitasi peliputan media terhadap kegiatan kepala daerah dan wakil kepala daerah.

3. Kabupaten/Kota Tipe C

Fungsi kehumasan terdegradasi menjadi Sub bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan dengan tugas:

- Menjalin hubungan dengan berbagai pihak terkait pelaksanaan fungsi juru bicara pimpinan daerah;
- Memberi masukan kepada pimpinan daerah tentang penyampaian informasi tertentu;
- Memberikan informasi dan penjelasan kepada pihak-pihak terkait sesuai dengan kebutuhan dan atau atas arahan pimpinan;
- Menghimpun dan mengolah informasi yang bersifat penting dan mendesak sesuai kebutuhan kepala daerah dan wakil kepala daerah;
- Menyiapkan dan menggandakan bahan materi rapat;
- Menyiapkan dan menggandakan bahan materi kebijakan

- Menyusun naskah sambutan dan pidato kepala daerah dan wakil kepala daerah;
- Melaksanakan tata protokoler dalam rangka penyambutan tamu pemerintah daerah;
- Menyiapkan bahan koordinasi dan/atau fasilitas keprotokolan;
- Menyiapkan bahan informasi acara dan jadwal kegiatan kepala daerah dan wakil kepala daerah;
- Menginformasikan jadwal dan kegiatan pemerintah daerah;
- Melaksanakan koordinasi dan fasilitasi kegiatan kepala daerah dan wakil kepala daerah.

E. Citra

1. Pengertian Citra

Citra adalah persepsi, kesan, dan keyakinan seseorang terhadap suatu objek tertentu (Ruslan, 2010:80). Soleh Soemirat & Elvinato Ardianto (2008:113) mendefinisikan citra adalah cara pihak lain memandang individu, organisasi, perusahaan ataupun suatu aktivitas. Menurut Siswanto Sutojo, citra merupakan pancaran jati diri dari perseorangan, benda, atau organisasi.

Dalam buku *Public relations Techique*, Frank Jefkins menyimpulkan bahwa citra adalah kesan terhadap sesuatu yang timbul dari seseorang karena pengalaman dan pengetahuannya.

2. Citra Perseorangan

Perseorangan atau individu menjadi sebagai salah satu kekuatan PR dalam mendukung pengembangan citra sebuah organisasi (Wasesa & Jim, 2010). Perseorangan yang berada di dalam organisasi bisa berasal dari posisi strategis manajemen atau hanya berada pada level di bawah staf.

Citra perseorangan merupakan seseorang yang benar-benar dipilih dan diposisikan sebagai citra organisasi baik karena kompetensi jabatannya, kemampuan berbicara di depan publik, atau karena prestasi sehingga seseorang menjadi wakil pencitraan organisasi agar dapat menarik perhatian publik. Salah satu hal yang harus dipahami dalam dimensi citra perseorangan ini adalah semua orang boleh menjadi representasi organisasi dalam publikasi, tetapi sepenuhnya atas kontrol PR.

Dengan dimensi citra perseorangan ini, PR dapat melakukan kontrol terhadap figur-figur yang bisa dipilih untuk mewakili organisasi dalam bentuk publikasi, baik berbasis wawancara ataupun sebuah ulasan masalah. Adapun figur tersebut salah satunya adalah figur tokoh utama yang dapat menjadi salah satu kekuatan pencitraan karena seberapa kuat sebuah organisasi memiliki tokoh yang mampu menyampaikan pesan-pesan organisasi tersebut kepada masyarakat.

Citra positif mengandung arti kredibilitas di mata publik adalah baik. Individu disebut kredibilitas jika memenuhi dua unsur, yaitu:

- a. Kemampuan (*expertise*), masyarakat mempersepsikan seseorang mempunyai kemampuan dalam kebutuhan, harapan hingga kepentingan publik.
- b. Kepercayaan (*trustworthy*), persepsi masyarakat bahwa seseorang itu dapat dipercaya untuk komitmen menjaga kepentingan bersama.

3. Jenis Citra

Menurut Jefkins (2003:20) ada beberapa jenis citra diantaranya:

- a. Citra bayangan (*mirror image*), citra yang diyakini para pemimpin organisasi mengenai pandangan luar terhadap organisasinya.
- b. Citra yang berlaku (*current image*), pandangan pihak luar mengenai suatu organisasi.
- c. Citra yang diharapkan (*wish image*), citra yang ingin dicapai oleh pihak manajemen dalam sebuah organisasi.
- d. Citra Perusahaan (*corporate image*), citra dari suatu organisasi secara keseluruhan.
- e. Citra majemuk (*multiple image*), adalah perbedaan citra yang muncul dalam satu organisasi akibat ketidaksamaan perilaku antara individu dalam organisasi dan organisasi tersebut.

4. Komponen Pembentukan Citra

Soemirat dan Ardianto (2004:111-112) terdapat empat unsur dalam proses terciptanya citra, yaitu:

- a. Persepsi. Seseorang akan mengutarakan pendapatnya sesuai dengan rangsangan yang diterimanya. Jadi, individu akan memberikan pandangan positif jika hal itu sejalan dengan apa yang diyakininya.
- b. Kognisi. Keyakinan yang timbul dari individu akibat dari proses berpikir mengenai informasi yang diterima.
- c. Motif. Keadaan dalam diri individu yang mendorong melakukan kegiatan tertentu untuk mencapai tujuan.
- d. Sikap. Kecenderungan untuk berperilaku dengan cara tertentu. Sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Sikap bisa membuat seseorang memilih pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa harapan dan hal yang disukai. Jadi, sikap itu bersifat evaluatif.