

**STRATEGI KOMUNIKASI PROKOPIM (PROTOKOL DAN KOMUNIKASI
PIMPINAN) DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF PIMPINAN DAERAH
KABUPATEN PONOROGO
SKRIPSI**



Oleh :

Danis Sofyantoro

NIM. 302200092

Pembimbing :

Mohammad Rozi Indrafuddin, M.Fil.I

NIP. 197701222023211004

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO**

2024

ABSTRAK

Sofyantoro, Danis. 2024. *Strategi Komunikasi Prokopim (Protokol dan Komunikasi Pimpinan) dalam Membangun Citra Positif Pimpinan Daerah Kabupaten Ponorogo.* **Skripsi.** Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Mohammad Rozi Indrafuddin, M.Fil.I

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Prokopim, Citra Positif

Strategi komunikasi merupakan perencanaan dalam penyampaian pesan melalui kombinasi berbagai unsur komunikasi seperti frekuensi, formalitas, isi, dan saluran komunikasi sehingga pesan yang disampaikan mudah diterima dan dipahami serta dapat mengubah sikap atau perilaku sesuai dengan tujuan komunikasi. Dalam pelaksanaan tugas dan fungsi di instansi pemerintahan citra yang baik sangat diperlukan agar tercapainya target perencanaan dan manajemen demi mencapai tujuan yang diinginkan. Sebagai garda terdepan dalam pelayanan kegiatan Pimpinan Daerah, peran Prokopim sangat dibutuhkan untuk membangun citra positif Pimpinan Daerah.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan PROKOPIIM (Protokol dan Komunikasi Pimpinan) dalam membangun citra positif Pimpinan Daerah Kabupaten Ponorogo (2) mendeskripsikan apa faktor penghambat yang dihadapi PROKOPIIM (Protokol dan Komunikasi Pimpinan) dan solusi dalam menjalankan strategi komunikasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara observasi dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil analisis data ditemukan bahwa (1) Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Prokopim Ponorogo dalam membangun citra positif Pimpinan Daerah Kabupaten Ponorogo dengan melakukan beberapa cara diantaranya melakukan mengenal khalayak yang dilaksanakan dengan cara koordinasi internal dan koordinasi eksternal, kemudian menentukan metode dengan menggunakan metode persuasif yang bersifat membujuk/mempengaruhi khalayak serta membangun framing pada media sosial milik Prokopim Ponorogo dengan memperhatikan citra yang ingin dibangun (2) Hambatan yang dihadapi Prokopim Ponorogo dalam membangun citra positif Pimpinan Daerah Kabupaten Ponorogo diantaranya hambatan media sosial, dan hambatan di lapangan. Dari banyaknya hambatan yang dihadapi oleh Prokopim Ponorogo, beberapa solusi yang dilakukan diantaranya dengan mencari data kegiatan kepada narasumber yang bersangkutan/pihak media lain yang juga meliput kegiatan, menggunakan HT (Handy Talkie) sebagai pengganti handphone ketika kegiatan di daerah terpencil, memberikan klarifikasi terkait isu-isu negatif yang ada di media sosial yang dikemas dalam bentuk video/narasi di media sosial Prokopim dan melakukan evaluasi terkait kegiatan yang telah dilakukan.

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama Saudara:

Nama : Danis Sofyantoro

NIM : 302200092

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : Strategi Komunikasi Prokopim (Protokol dan Komunikasi Pimpinan) dalam Membangun Citra Positif Pimpinan Daerah Kabupaten Ponorogo

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah.

Ponorogo, 15 Mei 2024

Mengetahui,

Ketua Jurusan



Kayis Fithri Ajhuri, M. A.

NIP 198306072015031004

Menyetujui,

Pembimbing

Mohammad Rozi Indrafuddin, M.Fil.I

NIP 197701222023211004



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PONOROGO FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH

PENGESAHAN

Nama : Danis Sofyantoro
NIM : 302200092
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Strategi Komunikasi Prokopim (Protokol dan Komunikasi Pimpinan) Dalam Membangun Citra Positif Pimpinan Daerah Kabupaten Ponorogo

Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqosah Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada:


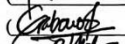

Hari : Senin
Tanggal : 30 September 2024

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam (S.Sos) pada:

Hari : Senin
Tanggal : 28 Oktober 2024

Tim Penguji:

1. Ketua Sidang : Asna Istya M, M.Kom.I
2. Penguji 1 : Galih Akbar Prabowo, M.A.
3. Penguji 2 : Mohammad Rozi Indrafuddin, M.Fil.I

()
()
()

Ponorogo, 28 Oktober 2024
Mengesahkan
Dekan

Muhammad Munir, M.Ag

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Danis Sofyantoro
Nim : 302200092
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Judul : Strategi Komunikasi Prokopim (Protokol dan Komunikasi
Pimpinan) Dalam Membangun Citra Positif Pimpinan Daerah
Kabupaten Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat dikases di ethesis.iainponorogo.ac.id adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, menjadi tanggung jawab penulis.

Demikian pernyataan dari saya untuk dapat digunakan semestinya.

Ponorogo, 27 November 2024

Penulis,



Danis Sofyantoro

NIM. 302200092

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Danis Sofyantoro

NIM : 302200092

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya dengan judul Strategi Komunikasi Prokopim (Protokol dan Komunikasi Pimpinan) dalam Membangun Citra Positif Pimpinan Daerah Kabupaten Ponorogo merupakan hasil karya sendiri. Hal-hal yang bukan hasil karya saya dalam skripsi ini telah disebutkan sumber aslinya berupa tanda kutipan dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 15 Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan



Danis Sofyantoro

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam menjalani kehidupan sehari-hari manusia membutuhkan orang lain untuk berinteraksi dan membangun hubungan dalam rangka memenuhi kebutuhan. Melalui komunikasi, manusia dapat memperoleh berbagai informasi yang ada. Komunikasi merupakan alat yang dipakai manusia untuk berinteraksi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi, baik informasi antar pribadi maupun dari luar lingkungannya. Kegiatan komunikasi dapat dilakukan dalam berbagai cara baik itu secara personal maupun kelompok. Komunikasi kelompok dapat terjadi dalam lingkup suatu organisasi.

Makna komunikasi berasal dari kata latin yaitu "*Communis*" yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Menurut Cherry dalam Stuart, mengatakan bahwa komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin "*Communico*" yang artinya membagi. Rongers dan D. Lawrence Kincaid menegaskan bahwa komunikasi adalah proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau bertukar informasi, menghasilkan saling pengertian yang mendalam.¹ Edward Depari mendefinisikan komunikasi sebagai "proses penyampaian ide, harapan, dan

¹ Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Keempat, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2019),17

pesan yang disampaikan melalui lambang tertentu yang mengandung makna, yang dilakukan oleh utusan yang ditujukan kepada penerima”. Sejalan dengan Theodore Herbert, komunikasi ialah proses yang didalamnya menunjukkan arti pengetahuan dipindahkan dari seorang kepada orang lain, biasanya dengan maksud mencapai beberapa tujuan khusus.²

Adapun menurut Richard L. Wiseman, mengatakan bahwa komunikasi sebagai proses yang melibatkan dalam pertukaran-pesan dan penciptaan makna. Makna yang tersimpan dalam definisi ini memberikan pengertian bahwa komunikasi efektif apabila orang tersebut menafsirkan pesan yang sama seperti apa yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.³

Strategi komunikasi merupakan perencanaan dalam penyampaian pesan melalui kombinasi berbagai unsur komunikasi seperti frekuensi, formalitas, isi, dan saluran komunikasi sehingga pesan yang disampaikan mudah diterima dan dipahami serta dapat mengubah sikap atau perilaku sesuai dengan tujuan komunikasi sehingga strategi komunikasi menjadi salah satu hal penting dalam keberlangsungan komunikasi kelompok organisasi maupun instansi.⁴ Menurut Effendy, strategi komunikasi adalah perencanaan yang efektif dalam penyampaian pesan sehingga mudah dipahami oleh komunikan dan bisa

² Daryanto, Pola Komunikasi, 199-200.

³ Ali Nurdin, dkk, Pengantar Ilmu Komunikasi: Buku Perkuliahan Program S-1 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, (Sidoarjo: CV Mitra Media Nusantara, 2013), 6-7.

⁴ Riadi, Muchlisin. (2020). *Strategi Komunikasi (Pengertian, Teknik, Langkah dan Hambatan)*. Diakses pada 2/24/2024

menerima apa yang telah disampaikan sehingga bisa mengubah sikap atau perilaku seseorang.⁵

Dalam pelaksanaan tugas dan fungsi didalam instansi pemerintahan strategi komunikasi yang baik sangat diperlukan agar tercapainya target perencanaan dan manajemen demi mencapai tujuan yang diinginkan, dengan demikian strategi komunikasi yang baik harus terencana serta mengikuti perkembangan zaman sehingga mampu menjaga citra pimpinan daerah serta mencakup instansi tersebut dalam jangka waktu yang lama. Dalam pelaksanaannya, strategi komunikasi tidak cukup hanya menanamkan kepercayaan kepada masyarakat saja, tetapi dengan pemilihan strategi dalam berkomunikasi dua arah yang benar antara pimpinan daerah maupun pemerintah dengan masyarakat maka bisa terjalin relasi yang baik serta dapat mengatasi masalah maupun persoalan yang terjadi antara pemerintah dan masyarakat.

Citra merupakan suatu kesan, keyakinan, dan ide yang didapat berdasarkan pengertian dan pengetahuan mengenai fakta-fakta suatu objek tertentu, maka sikap seseorang terhadap suatu objek akan ditentukan oleh citra yang menampilkan kondisi terbaiknya. Citra harus dikelola dengan baik melalui hubungan yang harmonis dengan khalayak masyarakat, mengingat citra lembaga pemerintahan merupakan cerminan identitas lembaga tersebut. Citra

⁵ Effendy, O.U. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

yang positif sangat diharapkan oleh lembaga untuk mendapatkan simpati publik sekaligus pemicu masyarakat menjadi tertarik dengan program yang dilaksanakan lembaga pemerintah atau instansi demi memajukan daerah tersebut.⁶

Kabupaten Ponorogo merupakan suatu wilayah yang terletak di Provinsi Jawa Timur dan berbatasan langsung dengan Provinsi Jawa Tengah. Terkenal dengan sebutan Kota Reog karena Kabupaten Ponorogo merupakan daerah asal dari kesenian Reog. Terbagi menjadi 21 kecamatan, 279 desa, dan 26 kelurahan, Kabupaten Ponorogo memiliki luas wilayah 1.371,78km² dan jumlah penduduk mencapai kisaran 949.320 jiwa. Dilihat dari keadaan geografisnya, Kabupaten Ponorogo terbagi menjadi 2 sub area dengan dataran tinggi meliputi Kecamatan Ngrayun, Sooko, dan Pulung, serta Kecamatan Ngebel yang sisanya merupakan daerah dataran rendah.⁷ Kabupaten Ponorogo berdiri pada tanggal 11 Agustus 1496 yang kemudian ditetapkan sebagai hari jadi Kabupaten Ponorogo. Asal usul nama Ponorogo berasal dari dua kata yaitu pramana dan raga , pramana berarti kekuatan, rahasia, hidup, sedangkan raga berarti badan atau jasmani.

Selain dikenal dengan Kota Reog, Kabupaten Ponorogo dikenal dengan daerah yang memiliki banyak pondok pesantren dan mengemban predikat Kota

⁶ Soleh Somirat et. al., Dasar-Dasar Public Relations (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017),

⁷ <https://jatim.bpk.go.id/kabupaten-ponorogo/>, diakses pada 25 Februari 2024, pukul 20.43.

Santri dengan adanya 93 pondok pesantren dengan jumlah santri mencapai puluhan ribu, yang kemungkinan sudah bertambah sampai sekarang.⁸ Salah satu yang terkenal yaitu Pondok Modern Darussalam Gontor yang selalu dibawa namanya karena sudah terkenal. Selain Pondok Modern Darussalam Gontor terdapat juga pondok yang ikut berperan dalam penganangan predikat ini yaitu seperti Pondok Darul Huda Mayak dengan ribuan santrinya dari penjuru Indonesia, serta pondok lain yang tersebar diseluruh daerah Ponorogo.⁹ dengan memiliki keragaman budaya, adat istiadat, objek wisata budaya, industry, wisata alam, dan wisata religius Kabupaten Ponorogo mampu memanfaatkan semua potensi yang ada seperti kesenian reog yang sudah menjadi warisan budaya tak benda yang masih diusulkan Indonesia ke Unesco.¹⁰

Setiap daerah pastinya mempunyai sistem pemerintahan dan di nahkodai oleh pimpinan daerah yang difungsikan untuk mengatur suatu daerah menjadi lebih baik melalui program yang dilaksanakan, setiap menjalankan tugas yang menjadi rencana pembangunan daerah diperlukan penyebaran informasi terkait hal tersebut. Dalam penyebaran informasi melalui media, citra pimpinan daerah menjadi hal yang penting agar terciptanya kesan, keyakinan,

⁸ <https://pendis.kemenag.go.id/storage/archives/NSPPupdate2019ok.pdf>, diakses pada 14 Maret 2024, pukul 22.20

⁹ <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/kota-santri-ponorogo-punya-andil-besar-membangun-karakter-masyarakat>, diakses pada 25 februari 2024, pukul 22.39

¹⁰ <https://jatim.bpk.go.id/kabupaten-ponorogo/>, diakses pada 3 Februari 2024, pukul 20.41.

dan ide masyarakat terhadap program yang akan dilaksanakan. Dengan demikian pemerintah dituntut untuk tampil sebagai organisasi pelayanan publik yang transparan dengan menerapkan prinsip *good governance* yang 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.¹¹ Pemerintah telah melakukan perbaikan dan peningkatan peran masing-masing aparatur dalam instansi pemerintahan agar mampu menjalankan tugas pokok dan fungsinya dengan baik agar memberikan nilai manfaat bagi instansi sesuai dengan UU Nomor 5 Tahun 2021 tentang Aparatur Sipil Negara dan Peraturan Pemerintah (PP) No. 94 tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil (PNS).¹²

Prokopim (Protokol Dan Komunikasi Pimpinan) Kabupaten Ponorogo menerapkan berbagai strategi baik secara internal maupun eksternal dalam membangun sebuah citra positif pimpinan daerahnya. Dalam menerapkan strategi internal dalam rangka menciptakan citra positif Pimpinan Daerah Kabupaten Ponorogo melalui Bagian Prokopim melaksanakan berbagai tugas yaitu melaksanakan tata pelayanan keprotokolan dan kehumasan. Sesuai dengan aturan Kementrian Dalam Negeri Republik Indonesia (Kemendagri RI)

¹¹ <https://peraturan.bpk.go.id/Details/40768/uu-no-32-tahun-2004>, diakses pada 25 Februari 2024, pukul 22.48

¹² <https://peraturan.bpk.go.id/Details/177031/pp-no-94-tahun-2021>, diakses pada 25 Februari 2024, pukul 22.51

Nomor 56 Tahun 2019, tentang Pedoman Nomenklatur dan Unit Kerja Sekretariat Daerah Provinsi dan Kabupaten/Kota, bagian humas pada instansi pemerintahan berubah nama menjadi Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim).¹³ Peningkatan strategi komunikasi dalam instansi pemerintahan melalui humas menjadi langkah yang penting karena humas memegang kendali agar suatu instansi bisa berjalan dengan baik dengan berperan sebagai penghubung dalam membangun dan menjaga hubungan antara organisasi atau instansi dengan publik.

Humas bertanggung jawab dalam menyebarkan informasi, mendidik, meyakinkan, mendapatkan simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat 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.

¹³ Tugas Pokok dan Fungsi - PROTOKOL DAN KOMUNIKASI PIMPINAN KAB KUBU RAYA (kuburayakab.go.id), diakses pada 06 Februari 2024, pukul 01.56

Humas dalam instansi pemerintahan harus menggunakan strategi dalam melakukan fungsinya 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.¹⁴

Bagian Prokopim Pemerintah Daerah Kabupaten Ponorogo terbagi menjadi tiga sub bagian yaitu sub bagian Protokol, sub bagian Komunikasi, dan sub bagian Dokumentasi Pimpinan yang bertanggung jawab dengan tugas mendukung pimpinan daerah dalam urusan protokoler dalam rangka penyambutan tamu pemerintah daerah, menyiapkan bahan informasi acara dan jadwal kegiatan kepala daerah beserta jajarannya, melakukan koordinasi dan fasilitas kegiatan kepala daerah, serta mendokumentasikan dan mempublikasikan tindakan Bupati Bapak Sugiri Sancoko, Wakil Bupati Ibu Lisdyarita, dan Sekretaris Daerah (Sekda) Kabupaten Ponorogo Bapak Agus Pramono yang dikemas dan diunggah melalui media sosial milik Prokopim Kabupaten Ponorogo meliputi Instagram *@prokopim.ponorogo*, Youtube

¹⁴ Wa Ode Indah Arnita, "Strategi Komunikasi Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Dalam Menjaga Citra Wali Kota Pada Sekretariat Daerah Kota Baubau", (skripsi, Universitas Hasanudin Makassar, 2023)

@*prokopimponorogo*, dan Blog/Website <https://prokopim.ponorogo.go.id>.

Bagian Prokopim juga berperan sebagai penghubung dalam menjalin hubungan dengan berbagai pihak, mengolah dan menyebarkan informasi yang berkaitan dengan program atau kebijakan, aktivitas dan pencapaian yang diraih oleh Pimpinan Daerah, serta opini yang berkembang di masyarakat terhadap Pimpinan Daerah tersebut.

Dalam pelaksanaan tugas dan fungsi Bagian Prokopim Pemerintah Kabupaten Ponorogo harus merancang strategi komunikasi yang baik untuk membantu dalam mendefinisikan, mengembangkan, dan memberikan informasi yang akurat tentang kebijakan Pimpinan Daerah kepada masyarakat untuk mencapai tujuan program pemerintah, dengan demikian penggunaan strategi komunikasi yang tepat dalam pelaksanaan tugas dan fungsi Bagian Prokopim mampu membangun, menjaga, serta meningkatkan citra Pimpinan Daerah tersebut agar pandangan orang terhadap pimpinan daerah tersebut baik

Dari pengamatan awal yang dilakukan oleh peneliti, pemerintahan di era kepemimpinan Kepala Daerah yang sekarang yaitu Bupati Sugiri Sancoko, Wakil Bupati Lisdyarita, dan Sekretaris Daerah Agus Pramono mengalami kemajuan dibandingkan dengan pemerintahan sebelumnya. Terlihat dari rekam jejak media sosial yang ada terdapat perbandingan yang signifikan antara kepemimpinan dahulu dengan yang sekarang, kemudian bagaimana cara Pemerintah Daerah Ponorogo membangun citra positif dengan banyak melakukan kegiatan yang bersentuhan langsung dengan masyarakat. Hal ini

tentu membutuhkan peran Prokopim sebagai penghubung antara pimpinan daerah dengan masyarakat agar kedua hal tersebut dapat berkolaborasi dan berjalan beriringan untuk membangun Ponorogo menjadi lebih baik dari tahun sebelumnya. Dengan demikian Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Prokopim memiliki pengaruh besar dalam upaya membangun citra positif Pimpinan Daerah Kabupaten Ponorogo. Karena hal ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Komunikasi PROKOPIM (Protokol dan Komunikasi Pimpinan) dalam membangun citra positif Pimpinan Daerah Kabupaten Ponorogo”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka penelitian ini memiliki rumusan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan PROKOPIM (Protokol dan Komunikasi Pimpinan) dalam membangun citra positif Pimpinan Daerah Kabupaten Ponorogo?
2. Bagaimana hambatan dan solusi Prokopim dalam menjalankan strategi komunikasi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disebutkan di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan PROKOPIM (Protokol dan Komunikasi Pimpinan) dalam membangun citra positif Pimpinan Daerah Kabupaten Ponorogo.
2. Untuk mendeskripsikan apa faktor penghambat yang dihadapi PROKOPIM (Protokol dan Komunikasi Pimpinan) dan solusi dalam menjalankan strategi komunikasi.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dibuat dengan harapan agar dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam ilmu komunikasi dan memiliki hubungan untuk menambahkan data yang saling berkaitan dengan strategi komunikasi Protokopim di dalam pemerintahan daerah.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai informasi dan referensi mengenai Strategi Komunikasi Prokopim dalam usaha pembangunan citra positif Pimpinan Daerah Kabupaten Ponorogo.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka merupakan penelitian terdahulu yang serupa dan berisi uraian secara logis mengenai hasil tentang persoalan yang akan dikaji oleh

penulis. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan pembahasan penelitian yang akan dilaksanakan:

1. “Peran Protokol dan Komunikasi Pimpinan (PROKOPIM) dalam pembentukan citra Wali Kota Medan Bobby Nasution” (Studi Kasus Pada Bagian Dokumentasi Pimpinan Protokol Dan Komunikasi Pimpinan Setda Kota Medan), skripsi oleh Alfred Nobel Simbolon mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Medan Area tahun 2023.¹⁵ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Setda Kota Medan dalam merancang kegiatan serta memberikan informasi mengenai program apa saja yang akan, sedang atau pun sudah dilaksanakan oleh Wali Kota Medan Bobby Nasution terhadap masyarakat Kota Medan dan untuk mengetahui apa saja faktor penghambat pelaksanaan pemberian informasi tentang berbagai kegiatan yang dilakukan Wali Kota Medan Bobby Nasution dalam melaksanakan programnya di lingkungan kerja Kota Medan. Hasil penelitian menunjukkan sistem kehumasan di ruang lingkup prokopim berjalan dengan baik. Selain itu, prokopim Medan juga membentuk hubungan baik dengan masyarakat Kota Medan. Bagian dokpim selalu melibatkan langsung masyarakat dalam kegiatan peliputan sehingga

¹⁵ Alfred Nobel Simbolon, “Peran Protokol dan Komunikasi Pimpinan (PROKOPIM) dalam pembentukan citra Wali Kota Medan Bobby Nasution (Studi Kasus Pada Bagian Dokumentasi Pimpinan Protokol Dan Komunikasi Pimpinan Setda Kota Medan)”, (skripsi, Universitas Medan Area, 2023).

semakin meningkatkan kepercayaan publik terhadap pemerintahan. Prokopim Kota Medan juga aktif dan sigap dalam menanggapi pemberitaan yang hoax terkait Wali Kota Medan Bobby Nasution. Hambatan yang terjadi baik dari faktor internal dan eksternal diselesaikan dengan baik melalui evaluasi dan manajemen risiko serta monitoring program yang berkelanjutan untuk mencegah hambatan tersebut terjadi lagi di kemudian hari.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian milik Alfred Nobel Simbolon adalah membahas tentang pembentukan citra, metode yang digunakan juga sama yakni menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian milik Alfred Nobel Simbolon adalah pada objek dan subjek yang akan diteliti dimana penelitian Alfred meneliti Prokopim Kota Medan sedangkan peneliti meneliti Prokopim Ponorogo, kemudian penelitian milik Alfred Nobel Simbolon mengenai peran Prokopim (Protokol dan Komunikasi Pimpinan) Kota Medan sedangkan penelitian ini mengenai Strategi Komunikasi Prokopim Ponorogo.

2. “Peran Humas Dalam Membentuk Citra Positif Yayasan Al Kautsar Desa Semanding Kecamatan Jenangan Ponorogo”. Skripsi oleh Yoga Wahyu Armanda, mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas

Ushuludin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo tahun 2023.¹⁶ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran humas Yayasan Al-Kautsar Desa Semanding Kecamatan Jenangan Kabupaten Ponorogo dalam membangun citra positif dan mengetahui jenis citra yang dibentuk humas Yayasan Al-Kautsar Desa Semanding Kecamatan Jenangan Ponorogo. Hasil penelitian menunjukkan peran humas sebagai komunikator dengan melakukan aktivitas seperti rapat formal, rapat wali murid, pengenalan siswa dan santri yayasan, penyampaian informasi kepada masyarakat juga pemerintah daerah. Relationship, sebagai pembina hubungan baik, dengan melakukan aktivitas yaitu pengajian bersama, sholat berjamaah, perayaan hari qurban, bakti sosial, dan kegiatan lain yang berhubungan dengan membina hubungan baik. Back Up Management, ikut berkontribusi dalam perumusan, pelaksanaan program yang dibuat bersama kepala dan pengurus yayasan, melakukan kerjasama dengan pihak pemerintah daerah, memonitoring sikap juga kebutuhan masyarakat, serta melakukan kegiatan penunjang seperti dokumentasi. Corporate Image, dengan cara menciptakan suasana nyaman, memberi pelayanan kepada publik dengan baik, berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat, dan menggunakan media komunikasi sebagai upaya humas dalam mempromosikan Yayasan Al

¹⁶ Yoga Wahyu Armanda, "Peran Humas Dalam Membentuk Citra Positif Yayasan Al Kautsar Desa Semanding Kecamatan Jenangan Ponorogo", (skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021).

Kautsar pada masyarakat. Jenis citra yang dibentuk Hubungan Masyarakat (Humas) Yayasan Al Kautsar adalah Citra Penampilan dengan mengoptimalkan kinerja dan pelayanan serta citra keinginan dengan memberikan kesan positif tentang yayasan Al-Kautsar. Citra Cermin, citra yang menampilkan program dan kegiatan keagamaan yang ada di Yayasan Al Kautsar.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian milik Yoga Wahyu Armanda adalah membahas tentang pembentukan citra, metode yang digunakan juga sama yakni menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian milik Yoga Wahyu Armanda adalah pada objek dan subjek yang akan diteliti dimana penelitian Yoga Wahyu Armanda meneliti peran Humas yayasan Al-Kautsar sedangkan peneliti meneliti strategi komunikasi Prokopim Ponorogo.

3. “Strategi Komunikasi Humas dalam Mempertahankan Citra Pemerintahan Kota Mojokerto”. Skripsi oleh Nur Risqi Aslichatul Muwahadah, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel tahun 2021.¹⁷ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi humas dalam meningkatkan citra Pemerintah Kota Mojokerto dan menjelaskan hambatan yang dihadapi serta solusi yang digunakan humas Pemerintah Kota Mojokerto. Hasil penelitian

¹⁷ Nur Risqi Aslichatul Muwahadah, “Strategi Komunikasi Humas dalam Mempertahankan Citra Pemerintahan Kota Mojokerto”, (Skripsi, UIN Sunan Ampel, 2021).

menunjukkan bahwa humas Kota Mojokerto bekerja sama dengan Kominfo menggunakan berbagai media strategi dari media online, cetak, serta elektronik. Sementara itu, kendala yang dihadapi humas Kota Mojokerto adalah kurangnya tenaga jurnalistik dan sarana prasarana yang minim.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian milik Nur Risqi Aslichatul Muwahadah adalah membahas tentang strategi komunikasi dan pembentukan citra, metode yang digunakan juga sama yakni menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian milik Nur Risqi Aslichatul Muwahadah adalah pada objek yang akan diteliti dimana penelitian Nur Risqi Aslichatul Muwahadah meneliti Humas Kota Mojokerto sedangkan peneliti meneliti Prokopim Ponorogo.

4. “Strategi Humas Dalam Menjaga Citra Positif Pemerintah Kota Malang Di Era Keterbukaan Informasi Publik”. Jurnal oleh Anugrah Dinda Caroline dan Iradhat Taqwa Sihidi mahasiswa Program Studi Ilmu Pemerintahan, Universitas Muhammadiyah Malang tahun 2022.¹⁸ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Humas dalam menjaga citra positif Pemerintah Kota Malang di era keterbukaan informasi public. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dilakukannya pengoptimalan media informasi melalui

¹⁸ Anugrah Dinda Caroline dan Iradhat Taqwa Sihidi, “Strategi Humas Dalam Menjaga Citra Positif Pemerintah Kota Malang Di Era Keterbukaan Informasi Publik”, (Jurnal Universitas Muhammadiyah Malang, 2022).

platform Instagram dan Website Humas Kota Malang. Kedua, Perluasan kerjasama dari berbagai media cetak, stasiun Tv, maupun radio. Ketiga, Pengumpulan dan analisa berita harian melalui media cetak dengan menyortir berita bertone negatif sebagai bentuk evaluasi. Keempat, Keterlibatan Wali Kota dan Wakil Wali Kota Malang dalam setiap kegiatan kemasyarakatan sehingga dapat menjaga kedekatan dan reputasi baik Pemerintah Kota Malang.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian milik Anugrah Dinda Caroline dan Iradhat Taqwa Sihidi adalah membahas tentang citra, metode yang digunakan juga sama yakni menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian milik Anugrah Dinda Caroline dan Iradhat Taqwa Sihidi adalah pada objek yang akan diteliti dimana penelitian Anugrah Dinda Caroline dan Iradhat Taqwa Sihidi meneliti Humas Kota Malang sedangkan peneliti meneliti Prokopim Ponorogo.

5. “Strategi Komunikasi Humas Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Bandung”. Jurnal oleh Reza Antoni, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Komputer Indonesia tahun 2019.¹⁹

¹⁹ Reza Antoni, “Strategi Komunikasi Humas Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Bandung”, (Jurnal Universitas Komputer Indonesia, 2019).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Humas Kota Bandung melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Bandung dengan subfokus pesan, hambatan, dan tujuan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pesan yang disebar atau disampaikan oleh Humas Kota Bandung adalah Strategi Komunikasi yang dimana pesan berupa gambar dan kata-kata yang berisi pemerintah yang sedang melakukan kegiatan-kegiatan atau acara tertentu. Hambatan yang dialami oleh Humas Kota Bandung adalah menentukan konten yang bersifat mengikuti perkembangan zaman serta masih sering terjadinya miss persepsi dari *followers* terhadap Humas Kota Bandung.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian milik reza antoni adalah membahas tentang strategi komunikasi dan citra, metode yang digunakan juga sama yakni menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian milik Reza Antoni adalah pada objek yang akan diteliti dimana penelitian Reza Antoni meneliti Humas Kota Bandung sedangkan peneliti meneliti Prokopim Ponorogo.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode pemaparan deskriptif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan data-data secara mendalam pada suatu latar yang

sebenarnya dan mengartikan fenomena berupa data yang sesuai dengan yang terjadi. Dalam prakteknya pendekatan kualitatif menggunakan metode berupa pengumpulan data dan metode analisis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis deskriptif yang mengamati suatu fenomena atau setting sosial yang nantinya akan dituangkan kedalam tulisan berupa penguraian, penggambaran, dan penjelasan fenomena objek penelitian.

Penelitian menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu dengan melakukan penelitian pada strategi komunikasi Prokopim dalam membangun citra positif Pimpinan Daerah Kabupaten Ponorogo, dengan tujuan untuk memecahkan suatu masalah yang sedang di analisis dengan menggambarkan objek penelitian dengan berlandaskan fakta yang terjadi, kemudian pengamatan dideskripsikan melalui tulisan untuk memberi penguraian dan penjelasan mengenai strategi komunikasi Prokopim dalam membangun citra positif Pimpinan Daerah Kabupaten Ponorogo.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi utama di Kantor Pemerintah Kabupaten Ponorogo bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan yang beralamat di Jalan Alon-Alon Utara No.9 Ponorogo.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian merupakan batasan penelitian yang ditentukan peneliti dengan menggunakan benda, hal atau orang untuk mendekati variable penelitiannya. Sedangkan objek penelitian merupakan variable atau yang menjadi titik perhatian suatu penelitian yang diartikan sebagai masalah apa yang diteliti oleh peneliti. Maka subjek penelitian ini adalah Prokopim Kabupaten Ponorogo, sedangkan objek penelitian ini adalah strategi komunikasi.

4. Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis data kualitatif. Dimana data-data yang ada berupa kata, kalimat, paragraf yang memiliki makna dan juga berkaitan dengan penelitian. Data yang disajikan bukan dalam bentuk angka melainkan secara lisan yaitu hasil wawancara dengan Ibu Donna Aprilliawati selaku kepala bagian Komunikasi Pimpinan dan Ibu Krisna Damayanti selaku kepala bagian Dokumentasi Pimpinan.

b. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti dengan cara kegiatan observasi dan wawancara serta dokumentasi yang berhubungan dengan strategi komunikasi Prokopim Ponorogo dalam membangun citra positif

Pimpinan Daerah Kabupaten Ponorogo. Pada penelitian ini ada beberapa orang yang akan dijadikan narasumber atau informan sebagai sumber data primer adalah Ibu Donna Aprilliyawati, S.Sos. dan Ibu Krisna Damayanti, S.Sos. selaku Pranata Hubungan Masyarakat Ahli Muda Prokopim Kabupaten Ponorogo.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber pendukung atau pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Sumber data sekunder pada penelitian ini adalah dokumen-dokumen milik Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kabupaten yang berupa:

- a. Arsip dokumentasi Prokopim Kabupaten Ponorogo
- b. Media sosial milik Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kabupaten Ponorogo, meliputi Instagram, Youtube, dan Blog.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode dan alat yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik yang digunakan dalam penelitian kali ini antara lain dengan observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang dicari secara langsung melalui

interaksi percakapan atau tanya jawab dengan yang bersangkutan. Adapun teknik wawancara yang digunakan adalah teknik wawancara semi terstruktur yang dilaksanakan dengan cara menyusun kerangka pertanyaan, akan tetapi pada praktiknya nanti terjadi penambahan sesuai dengan kondisi saat wawancara berlangsung dan memungkinkan muncul ide pertanyaan lain yang saling berkaitan. Dalam penelitian ini, yang dijadikan informan yaitu Ibu Donna Aprilliawati selaku Kepala Bagian Komunikasi Pimpinan dan Ibu krisna Damayanti selaku Kepala Bagian Dokumentasi Pimpinan.

2. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung. Dalam penelitian ini menggunakan jenis observasi non partisipan, dimana peneliti tidak terlibat dengan subjek yang diamati tetapi hanya berperan sebagai pengamat independen saja.²⁰ Pada penelitian ini, kegiatan observasi dilaksanakan selama 4 hari pada tanggal 1 – 4 April 2024.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan catatan, transkrip, buku-buku, surat kabar, majalah

²⁰ Nugrahani Farida, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Surakarta: 2014), 136.

dan lain sebagainya. Dokumentasi merupakan bagian penting dalam melengkapi sumber data, diperlukan catatan khusus tentang keadaan foto atau menggambarkan secara rinci tentang dokumentasi tersebut.

6. Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan akhir dari sebuah penelitian, dalam konteksnya analisis data merupakan tahapan penelitian yang begitu penting karena peneliti dapat menemukan hasil dari penelitian yang dilakukan. Tahapan ini dilakkan peneliti untuk mengatur rangkaian data, menguraikan bagian-bagian data sehingga susunan terlihat jelas untuk diambil maknanya. Dalam pelaksanaannya analisis data dilakukan dengan mengkaji semua data terkait kebenaran serta ketepatan dari berbagai sumber yang diperoleh, seperti data wawancara, pengamatan yang ditulis dari catatan lapangan di lokasi penelitian, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar/foto, dan lain sebagainya yang telah diperoleh. Beberapa langkah untuk menganalisis data diantaranya:

1. Pengumpulan data

Data yang diperoleh dengan mencatat hasil wawancara, hasil observasi, dan dokumentasi pada catatan lapangan yang ditulis secara deskriptif dan reflektif.

2. Reduksi data

Dari sekian banyak data yang diperoleh maka perlu adanya reduksi data, reduksi data merupakan sebuah proses memilih dan fokus penyederhanaan data yang didapat dari catatan lapangan dengan cara menentukan hal-hal pokok yang digolongkan, ditajamkan, membuang yang tidak dibutuhkan untuk memudahkan peneliti dalam pengumpulan data berikutnya yang kemudian hasilnya dapat dirangkum diorganisasikan dengan meninjau ulang data yang terkumpul agar lebih sistematis sehingga bisa dibuat kesimpulan yang bermakna.

3. Penyajian data

Penyajian data dilakukan setelah reduksi. Penyajian data merupakan proses pemberian sekumpulan informasi yang sudah disusun dan disajikan dalam bentuk penjelasan secara teratur menggunakan bagan, tabel, ataupun grafik secara berurutan dan sistematis yang bertujuan untuk memudahkan dalam menarik kesimpulan. Secara keseluruhan, data yang sudah dikumpulkan akan disajikan dalam bentuk naratif agar mudah untuk mengetahui, melaksanakan, dan merancang langkah selanjutnya.

4. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan temuan makna berdasarkan data dan hal penting yang telah digali dan diteliti secara *intens*. Pada

tahap ini, seluruh data yang diperoleh akan ditarik kesimpulannya berdasarkan apa yang ada dilapangan. Setelah melakukan pengumpulan data secara terus menerus disertai pemeriksaan untuk memastikan kembali data yang diperoleh sehingga dapat terbentuk penegasan kesimpulan. Dengan demikian, peneliti akan menganalisis strategi komunikasi Prokopim dalam membangun citra positif Pemerintah Kabupaten Ponorogo berdasarkan kesimpulan secara global dari hasil data yang diperoleh dari semua sumber.

7. Uji keabsahan data

Uji keabsahan data merupakan sebuah alat digunakan dalam mengukur ketepatan penelitian untuk mengetahui kesesuaian data dengan kenyataan yang terjadi dilapangan dan sangat mendukung dalam menentukan hasil akhir penelitian. Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan beberapa teknik pengumpulan data dan sumber data menjadi satu. Apabila peneliti melakukan pengumpulan data dengan menggunakan triangulasi, maka peneliti tersebut juga dapat menguji keabsahan data tersebut sekaligus.²¹ Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan teknik triangulasi sumber data dimana untuk menguji keabsahan data dapat ditempuh dengan

²¹ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, terj. Tjun Surjaman (Bandung: Rosdakarya, 2012), 372.

menggali kebenaran informasi tertentu selain wawancara dan observasi melalui berbagai metode dan sumber perolehan data seperti dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan pribadi, serta gambar/foto. Dengan menggali kebenaran informasi melalui berbagai metode dan beberapa sumber data tersebut memunculkan bukti ataupun data yang berbeda dan kemudian bisa memberikan *insight* yang berbeda juga mengenai fenomena yang diteiti. Dari berbagai pandangan tersebut akan memunculkan pengetahuan yang luas untuk memperoleh kebenaran yang meyakinkan.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan informasi gambaran mengenai alur pembahasan dalam proposal ini, peneliti merancang sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I Berisi pembahasan. Pada bab ini akan dijabarkan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta telaah pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

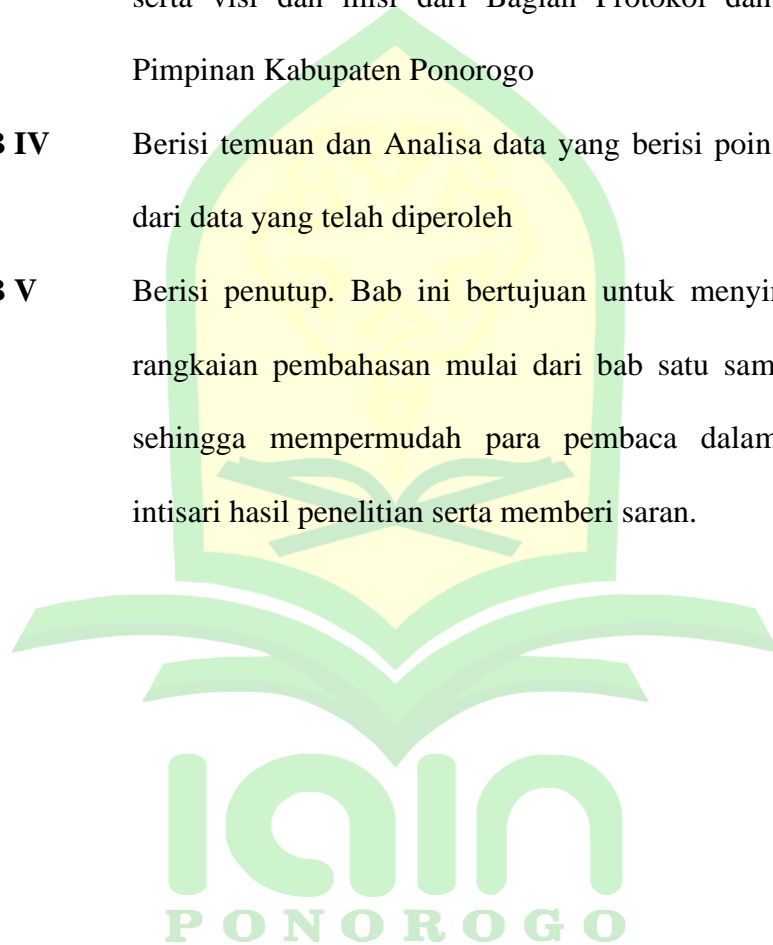
BAB II Berisi landasan teori tentang humas yang meliputi pengertian, fungsi, serta peran humas. Pada bagian ini juga membahas tentang gambaran umum Protokol dan Komunikasi Pimpinan yang meliputi pengertian serta tugas dan fungsinya. Selain itu juga terdapat teori strategi yang berisi artian dan unsur-unsur

pembangunnya. Ada juga pembahasan tentang citra yang meliputi pengertian, jenis-jenis dan cara membangun citra positif.

BAB III Berisi gambaran umum. Bab ini menjelaskan mengenai profil serta visi dan misi dari Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kabupaten Ponorogo

BAB IV Berisi temuan dan Analisa data yang berisi poin-poin penting dari data yang telah diperoleh

BAB V Berisi penutup. Bab ini bertujuan untuk menyimpulkan dari rangkaian pembahasan mulai dari bab satu sampai bab lima sehingga mempermudah para pembaca dalam mengambil intisari hasil penelitian serta memberi saran.





BAB II

STRATEGI KOMUNIKASI DAN CITRA POSITIF

A. Strategi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *Strategia* yang digabungkan dari kata *stratos* yang berarti militer dan *ag* yang berarti memimpin dan mempunyai arti seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal.²² Secara umum, strategi berarti suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan, dapat disimpulkan strategi merupakan perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Strategi bukan berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, tetapi juga untuk menunjukkan bagaimana cara operasionalnya.²³

Seiring berjalannya perkembangan ilmu pengetahuan, strategi telah banyak diakui dan memberikan pengertian yang lebih luas jangkauannya dengan bidang ilmu maupun kegiatan yang menerapkan strategi. Dalam pelaksanaannya, strategi harus bisa memberikan informasi kepada masyarakat umum yang mudah dipahami. Suatu strategi memerlukan enam informasi sebagai berikut:

1. (What) apa yang akan dilakukan?

²² Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Prinsip Dinamika Pemasaran*, (Yogyakarta: JJ. Learning, 2000), Edisi Pertama, Cet. Pertama, h. I

²³ Effendy, Onong Uchjana. "Ilmu, teori dan filsafat komunikasi." (Bandung: Citra Aditya Bakti 2003), 200

2. (Why) Mengapa menggunakan strategi tersebut?
3. (Who) Siapa yang akan bertanggung jawab atas berjalannya operasional strategi?
4. (How much) Berapa biaya yang strateginya?
5. (How long) Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk membuat strategi operasional?
6. (Output) Hasil apa yang dapat diperoleh dari strategi.²⁴

B. Komunikasi

1. Pengertian komunikasi

Communication, berasal dari bahasa latin *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang bermakna sama. Sama yang dimaksud disini merupakan sama dalam hal makna. Sama dalam hal makna dapat dijabarkan dengan membuat atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih.²⁵ komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari sumber kepada penerima dengan maksud untuk mengubah perilaku dan sikap penerima pesan.

Paradigma Harold Lasswell mengartikan bahwa agar terciptanya komunikasi yang efektif harus memuat lima unsur di dalamnya, yaitu komunikator, pesan, media, komunikan dan efek.

²⁴ Ismawati Doembana, Abdul Rahmat, & Muhammad Farhan. "Buku Ajar Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran. (Yogyakarta: ZAHIR Publishing 2017). 20-23.

²⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1984), 9.

Sehingga komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.²⁶ Sedangkan menurut Effendy, pola komunikasi adalah proses yang dirancang untuk mewakili kenyataan tentang terpautnya unsur-unsur yang dijangkau beserta keberlangsungan, untuk memudahkan pemikiran secara sistematis dan logis.²⁷ Dari beberapa pendapat ahli tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi merupakan proses interaksi antara dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dalam kehidupan sehari-hari.

2. Tujuan Komunikasi

Komunikasi tidak hanya untuk mengerti dan memahami satu sama lainnya, tetapi juga memiliki tujuan dalam berkomunikasi, yaitu agar yang disampaikan komunikator dapat mengerti apa yang disampaikan kepada komunikan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengerti dan mengakui apa yang kita maksud, kemudian sebagai komunikator harus mengerti benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkan kemaunnya, selanjutnya agar gagasan dapat diterima orang lain perlu perlu usaha dengan pendekatan persuasif bukan memaksakan kehendak, dan terakhir menggerakkan

²⁶ Poppy Ruliana, *Komunikasi Organisasi Teori dan Studi*, 3.

²⁷ Onong Uchjana Effendy, *Dimensi-Dimensi Komunikasi* (Bandung: Alumni, 1986), 7.

orang lain untuk lebih banyak mendorong kegiatan bagaimana cara yang baik untuk dilakukan.²⁸

3. Hambatan Komunikasi

Dalam pelaksanaan pelaksanaannya, hambatan yang terjadi dalam komunikasi ada 3 jenis.²⁹

1) Hambatan dari proses komunikasi, terdiri dari beberapa faktor, yaitu:

a) Hambatan dari komunikator, contoh pesan yang disampaikan kepada komunikan belum terlalu jelas. Hal ini dipengaruhi oleh emosi atau perasaan.

b) 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.

c) Hambatan media, terjadi pada penggunaan media komunikasi seperti gangguan jaringan sehingga tidak dapat mendengarkan informasi dengan jelas.

²⁸ Widjaja, A.W. (2002). *Komunikasi: Komunikasi & Hubungan Masyarakat*. (Jakarta: Bumi Aksara).

²⁹ Zainal Mukarom dan Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Public Relation (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat)* (Bandung:Pustaka Setia, 2015).

- d) Hambatan dari komunikan, misalnya kurangnya perhatian pada saat mendengarkan pesan sehingga muncul sikap prasangka yang keliru terhadap informasi yang diterima.
- 2) Hambatan teknis, dapat mengganggu komunikasi yang efektif. Misalnya cuaca yang berujung gangguan fisik hingga gangguan alat komunikasi.
- 3) 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.

C. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Martin-Anderson mengungkapkan bahwa strategi merupakan usaha yang melibatkan keahlian berfikir untuk mencapai tujuan dengan maksimal dan efisien dengan menggunakan semua sumber daya yang tersedia. Strategi dapat diartikan sebagai kebijakan yang menjadi penghubung antara tujuan dan sasaran yang ingin dicapai. Strategi dalam hal komunikasi dapat diartikan sebagai keahlian untuk menggunakan ilmu komunikasi secara efektif agar tujuan dan target dalam setiap aktivitas komunikasi bisa tercapai. Strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication*

management) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Byrne seperti yang dikutip oleh Brannan, mengartikan strategi adalah sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumberdaya dan interaksi organisasi dengan pasar (audiens umum), pesaing dan faktor lingkungan.³⁰

Dari beberapa pengertian menurut ahli di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi merupakan sebuah pola usaha dalam menggunakan ilmu komunikasi yang melibatkan keahlian berfikir untuk mencapai tujuan yang direncanakan dengan maksimal.

2. Unsur-Unsur Strategi Komunikasi

Aspek komunikasi yang menjadi hal penting dalam proses strategi yang dikaitkan dengan model komunikasi dasar menurut Harold Laswell “*who says what in which channel to whom with what effect*”, yang mengandung unsur-unsur berikut:

- 1) *Communicator*, merupakan orang yang berperan menyampaikan informasi kepada orang lain. Seorang komunikator dituntut untuk memiliki *public speaking* dan cara berkomunikasi yang baik sehingga nantinya pesan yang ingin disampaikan dapat dipahami oleh komunikan.

³⁰ R. Wayne Pace dan Don F. Faules, *Komunikasi organisasi strategi meningkatkan kinerja perusahaan*, Penj: Deddy Mulyana (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), 2.

- 2) *Message* (pesan) adalah sebuah hal yang harus disampaikan dari komunikator kepada komunikan (penerima pesan).
 - 3) *Medium* (media) adalah alat atau sarana yang digunakan sebagai media atau perantara dalam menyampaikan pesan kepada public atau komunikan.
 - 4) *Receiver* (penerima pesan/komunikan) adalah sasaran atau orang yang dijadikan sebagai penerima pesan atau target informasi yang disampaikan
 - 5) *Effect* (dampak) adalah respon atau timbal balik yang dihasilkan setelah berlangsungnya proses penyampaian pesan baik itu respon positif maupun respon negatif.³¹
3. Tujuan Strategi Komunikasi

Alo Liliweri mengartikan strategi komunikasi sebagai aturan, teknik, maupun tata cara kerja komunikasi sehingga dapat meraih tujuan yang sudah disepakati. Maka dari itu, seperangkat prosedur strategi komunikasi diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut, yaitu:

- 1) Mengidentifikasi visi yang merupakan impian yang bisa dicapai oleh komunikasi, dan misi merupakan penjabaran operasi dari visi.
- 2) Menentukan program dan kegiatan yang telah dibuat dengan batas waktu pengerjaan.

³¹ *Ibid*, 32.

- 3) Menentukan hasil dan tujuan yang ingin dicapai.
- 4) Menentukan komunikan yang akan dijadikan sebagai 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.

Menurut R. wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnet, terdapat beberapa tujuan utama dalam strategi komunikasi, yaitu:

- 1) *To secure understanding* yang artinya memastikan pesan tersampaikan dengan baik kepada komunikan.
- 2) *To establish acceptance* yaitu pesan yang diterima dikelola dengan baik.
- 3) *To motive action* adalah motivasi untuk melakukan kegiatan.

4) *The goals which the communicator sought to archive* merupakan proses komunikasi diharapkan dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

4. Langkah-Langkah Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi pada dasarnya merupakan keseluruhan rencana atau manajemen yang digunakan untuk memperlancar komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Anwar Arifin dalam bukunya “Ilmu Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas” Agar pesan yang disampaikan bisa efektif, maka komunikasi perlu menentukan langkah-langkah strategi komunikasi sebagai berikut.³²

a. Mengetahui khalayak

Dalam merumuskan strategi komunikasi maka sekelompok orang/perusahaan harus memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak. Menyusun pesan Setelah mengetahui kondisi dan situasi khalayak, selanjutnya menyusun pesan dengan menentukan tema dan materi yang tepat agar dapat membangkitkan perhatian khalayak.

b. Menentukan metode

Terdapat dua aspek dalam metode penyampaian, yang pertama menurut cara pelaksanaannya dimana hal ini dilihat dari

³² Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*, Cet III (Bandung: Armico, 1994), 51.

segi penyampaiannya dengan melepaskan perhatian isi pesan tersebut. Yang kedua menurut bentuk isinya dimana komunikasi ini dilihat dari segi bentuk pernyataan atau bentuk pesan yang dimaksud yang dikandung. Anwar Arifin mengemukakan terdapat metode komunikasi yang efektif, yaitu :

1) *Redundancy (repetition)*, merupakan cara mempengaruhi khalayak dengan mengulang pesan sedikit demi sedikit. Metode ini memungkinkan peluang untuk mendapatkan perhatian khalayak semakin besar, dengan mengulang pesan khalayak dapat mudah mengingat pesan tersebut. Metode ini juga memberi kesempatan komunikator untuk memperbaiki kesalahan yang dilakukan sebelumnya.

2) *Canalizing*, metode ini dilakukan dengan cara komunikator memahami terlebih dahulu mengenai komunikan seperti bidang pengalaman komunikan, setelah itu komunikator dapat menyusun pesan. Hal itu dilakukan agar pesan dapat diterima terlebih dahulu, kemudian dilakukan perubahan-perubahan yang sesuai dengan keinginan komunikator. Informatif, metode informatif mempengaruhi khalayak dengan memberikan penerangan yaitu dengan memberikan sesuatu yang sesuai dengan fakta dan data maupun pendapat yang sebenarnya. Sehingga komunikan diberi kesempatan untuk menilai,

nenimbang dan mengambil keputusan atas dasar pemikiran-pemikiran yang sehat.

3) *Persuasif*, mempengaruhi komunikasi dengan cara membujuk.

Dalam metode persuasif komunikasi tidak diberi kesempatan untuk berpikir kritis dan bila mungkin secara tidak sadar komunikasi akan terpengaruh.

4) *Education Method* (Metode Pendidikan) akan mempengaruhi khalayak dengan pesan-pesan yang bersifat mendidik, yaitu memberikan ide berdasarkan fakta, pendapat, dan pengalaman yang nyata kepada khalayak. Metode pendidikan memberikan pengaruh yang mendalam kepada khalayak.

5) *Cursive Method*, metode ini biasanya dilaksanakan dalam bentuk peraturan-peraturan, perintah-perintah, dan intimidasi.

Maka dari itu metode ini mempengaruhi khalayak dengan pemaksaan, dimana pesan-pesan yang disampaikan mengandung ancaman atau intimidasi. Untuk menentukan metode sendiri harus disesuaikan dengan bentuk pesan, keadaan khalayak, biaya, dan fasilitas.

c. Pemilihan Penggunaan Media

Komunikator harus dapat memahami karakteristik media komunikasi karena jenis dari media komunikasi banyak seperti media cetak, tulis, maupun media elektronik. Hal itu dilakukan agar

komunikator dapat memilih media apa yang tepat dan sesuai dengan karakter pesan maupun karakter khalayaknya.

d. Peranan Komunikator

Peranan komunikator sangatlah penting. Terdapat dua faktor penting yang harus dimiliki komunikator untuk melancarkan komunikasinya yaitu :

1) Daya tarik. Komunikator dikatakan berhasil dalam berkomunikasi jika komunikan merasa ada kesamaan dengan komunikator. Maka dari itu, komunikator harus mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui daya tarik komunikator agar komunikan merasakan hal tersebut sehingga komunikan bersedia taat pada isi pesan yang dikatakan oleh komunikator.

2) Kredibilitas sumber. Kredibilitas mengandung dua unsur yaitu yang pertama keahlian, yang berarti komunikator harus memiliki keahlian atau kecakapan yang diakui oleh khalayak sasaran. Dan yang kedua dapat dipercaya, yang memiliki arti komunikator harus dapat membangun kepercayaan pada khalayak sasaran. Berdasarkan kedua faktor diatas, maka seorang komunikator harus bersikap empatik dengan dapat merasakan apa yang dapat dirasakan oleh komunikan.

D. Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim)

Bagian humas pada instansi pemerintahan berubah nama menjadi Bagian Protokol dan Komunikasi. 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.³³ Bagian Prokopim terbagi menjadi 3 bagian, yaitu:

1. Protokol

Kata protokol berasal dari bahasa Yunani yaitu *protos* dan *kola*, yang digabung menjadi *protocollum* berarti yang pertama diletakkan, dan dalam perkembangannya memiliki kata protokol yang berarti lembar pertama yang diletakkan pada dokumen perjanjian internasional yang memuat tentang urutan acara.³⁴ Protokol merupakan kebiasaan atau peraturan yang berkaitan dengan formalitas, tata urutan, dan etika diplomatic dalam menentukan sebuah kedudukan, yang menjadi acuan bagi seluruh instansi pemerintahan dan berlaku secara *universal* dan dalam pelaksanaan kegiatan pemerintahan dibutuhkan seorang protokoler sebagai penguasa penuh kegiatan pemerintahan yang akan diselenggarakan. Protokoler merupakan seseorang yang mengatur

³³ Tugas Pokok dan Fungsi - PROTOKOL DAN KOMUNIKASI PIMPINAN KAB KUBU RAYA (kuburayakab.go.id), diakses pada 06 Februari 2024, pukul 01.56

³⁴ Aryati, Lies, “*Panduan Untuk Menjadi MC Professional*” (Gramedia Pustaka Utama, 2004) Hal 15.

pelaksanaan suatu kegiatan baik dalam lingkup kedinasan maupun masyarakat.³⁵

Protokol mempunyai peran penting dalam mengatur kegiatan agar dapat berjalan dengan baik. Protokoler pada dasarnya berperan untuk mengelola serta mempersiapkan seluruh kegiatan yang akan dilaksanakan oleh instansi dan protokoler sebagai pembimbing jalannya proses kegiatan pemerintahan agar acara yang dilaksanakan dapat berjalan dengan baik.³⁶ Protokol tidak hanya berperan sebagai pembawa acara atau yang mempersilahkan tamu, protokol dilatih untuk menguasai teknik berkomunikasi yang baik dan benar, menciptakan personal branding dan personal grooming, mulai dari tata cara berpenampilan. Seorang protokol tidak hanya menjadi koordinator untuk dirinya sendiri dalam melaksanakan sebuah acara resmi, melainkan dengan semua pihak yang terkait sehingga protokol harus dapat menjalin komunikasi yang baik dengan beberapa pihak.³⁷ Protokol mempunyai peran yang vital yaitu bagaimana memainkan figure sentral pada suatu organisasi pemerintahan yaitu terhadap pimpinan daerah, sehingga kesiapan diperlukan petugas protokoler

³⁵ Febriandi, Ahmad Firman Dan Badaruddin, *Pengaruh Humas Caital, Komunikasi Organisasi, Dan Buydaya Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Protokoler Pada Secretariat Daerah Kota Parepare* (Jurnal JMMNI, VI. 3, No.3, 2022) Hal 3.

³⁶ Rachmiatie, *“Etiket Keprotokolan”* (Kopertis, Jakarta, 2017) Hal 15.

³⁷ Eko Setiono, Dyah Prabaningrum, Dkk *“Peran protokol Dalam Kegiatan di UNNES”* (Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, Vol 19 No.1 2022) Hal 17-18.

untuk menghindari kesalahan. Maka dari itu diperlukan juga *teamwork* atau kerjasama tim yang baik agar terhindar dari citra negative yang sulit dihilangkan.

2. Komunikasi Pimpinan

Komunikasi Pimpinan merupakan sub bagian dari Prokopim yang memiliki tugas sebagai berikut:

1. Sebagai juru bicara Pimpinan Daerah
2. Menjalin hubungan dengan berbagai pihak terkait dengan fungsi Pelayanan Komunikasi Pimpinan
3. Memberi masukan kepada pimpinan daerah tentang penyampaian informasi tertentu
4. Memberikan informasi dan penjelasan kepada pihak-pihak terkait sesuai dengan kebutuhan dan atau atas arahan pimpinan
5. Menghimpun dan mengolah informasi yang bersifat penting dan mendesak sesuai kebutuhan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah
6. Menyiapkan dan menggandakan bahan materi rapat
7. Menyiapkan dan menggandakan bahan materi kebijakan
8. Menyusun naskah sambutan dan pidato Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah
9. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan

3. Dokumentasi Pimpinan

Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan juga merupakan bagian dari Prokopim yang mempunyai tugas mendokumentasikan kegiatan dan memfasilitasi peliputan media terhadap kegiatan Pimpinan Daerah. Proses mendokumentasikan kegiatan terdapat batasan-batasan yang harus dilaksanakan untuk menciptakan citra positif dan kesan baik kepada masyarakat terhadap pimpinan daerah, salah satu usaha membangun citra positif yang dilakukan saat mendokumentasikan kegiatan pimpinan daerah yaitu dengan mengambil momen saat pimpinan daerah bersentuhan langsung dengan masyarakat.

E. Citra

1. Pengertian Citra

Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan) atau public relations. Citra adalah nilai-nilai kepercayaan yang telah diberikan individu-individu atau masyarakat tersebut.³⁸ Citra merupakan suatu yang abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis tetapi dapat dirasakan dari hasil penilaian yang positif dan negatif yang datang dari khalayak sasaran (publik) dan masyarakat luas. Penilaian

³⁸ Rosady Ruslan, 2008, Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Jakarta: Rajawali Press, h. 76

masyarakat dapat berhubungan dengan rasa hormat, kesan yang baik dan menguntungkan terhadap citra suatu lembaga atau suatu produk barang dan jasa pelayanannya yang diwakili oleh humas.

Citra (*image*) yaitu suatu gambaran yang ada di dalam benak seseorang. Sehingga citra dapat berubah menjadi buruk atau negatif, apabila kemudian ternyata tidak didukung oleh kemampuan atau keadaan yang sebenarnya. Maka dalam kaitannya dengan tugas dan fungsi humas sebagai wakil dari lembaga yang mengkomunikasikan informasi kepada publik dituntut untuk mampu menjadikan masyarakat memahami suatu pesan, demi menjaga reputasi atau citra lembaganya.³⁹ Citra dengan sengaja diciptakan agar bernilai positif terhadap suatu organisasi atau lembaga. Citra merupakan aset terpenting dari suatu organisasi. secara garis besar citra adalah perangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu.⁴⁰ Dari pengertian diatas disimpulkan citra adalah gambaran atau kesan yang diperoleh dari seseorang yang tepat tentang kenyataan yang sebenarnya organisasi tersebut

2. Jenis-Jenis Citra

³⁹ Rhenald Kasali, 2005, Manajemen Public Relations, Cet.V, Jakarta: Grafiti, h. 30

⁴⁰ Rosady Ruslan, 2005, Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, h. 80

Dalam dunia public relation, ada beberapa jenis citra yang dikenal, yaitu *the mirror image* (citra bayangan), *the current image* (citra yang berlaku), *the wish image* (citra yang diinginkan), *the multiple image* (citra majemuk) dan *the corporate image* (citra perusahaan atau lembaga).⁴¹ Frank Jefkins menjelaskan beberapa jenis citra sebagai berikut:

a. Citra Bayangan (*the mirror image*)

Citra bayangan adalah pandangan atau penilaian dari anggota sebuah perusahaan mengenai pandangan luar terhadap lembaganya. Jenis citra ini bisa tepat bisa juga tidak, tergantung pada anggapan dari public internal.

b. Citra yang Berlaku (*the current image*)

Citra yang berlaku merupakan suatu penilaian atau pandangan yang melekat pada pihak luar dari sebuah lembaga atau khalayak umum mengenai lembaga itu sendiri. Citra ini biasanya bersifat negative karena hanya berdasarkan pada pengalaman yang kurang mumpuni serta kurangnya informasi yang diapat oleh public eksternal terhadap lembaga dan bersifat sementara.

c. Citra yang Diinginkan (*the wish image*)

⁴¹ M. Linggar Anggoro, Teori & Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya Di Indonesia, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2001), hlm. 59

Citra jenis ini adalah citra yang diinginkan oleh pihak manajemen.

d. Citra Majemuk (*the multiple image*)

Banyaknya jumlah anggota, cabang maupun perwakilan dari sebuah perusahaan atau organisasi dapat memunculkan sebuah citra yang belum tentu sama dengan citra perusahaan lain secara keseluruhan. Jumlah citra yang dimiliki suatu perusahaan boleh saja dikatakan sama banyaknya dengan jumlah anggota atau pegawai yang ada di dalam perusahaan tersebut.

e. Citra Perusahaan (*the corporate image*)

Citra jenis ini adalah vitra yang dibentuk oleh sebuah organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra yang dibentuk atas produk dan pelayanannya.

f. Citra yang Baik dan Buruk (*good and bad image*)

Seorang tokoh (*public figure*) tentu dapat memiliki citra yang baik ataupun buruk. Keduanya tergantung pada citra yang berlaku (*current image*) yang bersifat negative maupun positif.⁴²

3. Proses Pembentukan Citra

⁴² Firsan Nova, *Criss Public Relation*, h. 299.

Menurut Soleh Sumirat dan Elvinaro Ardianto, terdapat beberapa komponen pembentukan citra, diantaranya:

a. Persepsi

Persepsi adalah hasil dari pengamatan unsur lingkungan sekitar yang dihubungkan dengan sebuah proses pemaknaan kata lain. Setiap individu akan memberikan makna yang berbeda terhadap apa yang diamatinya dengan individu lain, sehingga persepsi yang dihasilkan pun berbeda. Kemampuan melakukan persepsi inilah yang nantinya dapat digunakan untuk proses pembentukan citra. Persepsi atau pandangan orang lain akan positif apabila informasi yang diberikan oleh stimulus dapat memenuhi kognisi atau kriteria dari individu tersebut.

b. Kognisi

Kognisi memiliki pengertian bahwa suatu keyakinan diri dari seseorang terhadap rangsangan atau stimulus. Keyakinan ini akan muncul ketika individu harus diberikan pengetahuan yang cukup untuk mempengaruhi perkembangan kognisinya.

c. Motivasi

Motivasi adalah sebuah perasaan yang menggerakkan respon seperti diinginkan oleh pemberi tindakan. Motif adalah keadaan dimana seseorang terdorong keinginannya untuk

melakukan kegiatan-kegiatan tertentu untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

d. Sikap

Sikap adalah kecenderungan untuk bertindak, berpikir dan merasakan sebuah kondisi dalam menghadapi obyek, ide, situasi dan nilai. Sikap berbeda dengan perilaku tetapi sikap adalah kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu, sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi, sikap dapat menentukan apakah orang tersebut harus setuju atau tidak setuju terhadap sebuah keputusan, sikap menentukan apa yang disukai, diharapkan dan diinginkan.⁴³

Berdasarkan penjelasan di atas, proses pembentukan citra menunjukkan bagaimana stimulus (rangsang) yang berasal dari persepsi, kognisi, motivasi dan sikap dalam mempengaruhi respon yang pada akhirnya akan dapat mempengaruhi sikap dan perilaku public maupun masyarakat umum.



⁴³ Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, 2008, Dasar-Dasar Public Relations, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, h. 116

BAB III

STRATEGI KOMUNIKASI DAN CITRA POSITIF PIMPINAN DAERAH

KABUPATEN PONOROGO

A. Deskripsi Data Umum

1. Profil Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Ponorogo

Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) merupakan lembaga pemerintahan yang melaksanakan tugas berupa persiapan pelaksanaan kegiatan Pimpinan Daerah Kabupaten Ponorogo, mengkoordinasikan tugas Pimpinan Daerah, menciptakan program pemerintah maupun pimpinan daerah yang berfungsi menciptakan dan mempertahankan serta memperkuat citra positif dan reputasi untuk mendapat dukungan dari masyarakat. Bagian Prokopim (Protokol dan Komunikasi Pimpinan) terdiri dari 3 sub bagian, yaitu bagian Protokol, komunikasi Pimpinan, dan Dokumentasi Pimpinan yang saling berkontribusi dalam setiap menjalankan tugas pelaksanaan kegiatan Pimpinan Daerah Kabupaten Ponorogo

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, Bagian Humas pada instansi pemerintahan berubah nama

menjadi Bagian Protokol dan Komunikasi.⁴⁴ Dengan demikian Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Kabupaten Ponorogo dalam melaksanakan tugas yaitu menyelenggarakan fungsi :

- a. Penyiapan bahan pelaksanaan kebijakan bidang protokol, komunikasi pimpinan, dokumentasi.
- b. Penyiapan bahan pengoordinasian pelaksanaan tugas perangkat daerah di bidang protokol, komunikasi pimpinan, dan dokumentasi.
- c. Penyiapan bahan pemantauan dan evaluasi pelaksanaan kebijakan daerah terkait protokol, komunikasi pimpinan, dan dokumentasi.
- d. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh asisten administrasi umum yang berkaitan dengan tugasnya.

2. Letak Geografis



Penelitian dilaksanakan di kantor Bagian Prokopim gedung Pemerintah Kabupaten Ponorogo Jl. Alon-Alon Utara No.9 Kelurahan

⁴⁴ Tugas Pokok dan Fungsi - PROTOKOL DAN KOMUNIKASI PIMPINAN KAB KUBU RAYA (kuburayakab.go.id), diakses pada 06 Februari 2024, pukul 01.56

Mangkujayan kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo, terdapat 3 ruangan yaitu sebelah utara ruang protokoler, dan sebelah selatan berjajar antara ruang komunikasi pimpinan sebelah barat, dan sebelah barat terdapat ruang dokumentasi pimpinan .⁴⁵

3. Struktur Kepegawaian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Ponorogo

Struktur kepegawaian merupakan suatu *hierarki* yang menjelaskan berbagai komponen dalam sebuah organisasi, dimana setiap individu di suatu organisasi memiliki posisi dan fungsinya masing-masing, yang sebelumnya telah dibuat untuk kepentingan organisasi atau perusahaan dengan mengalokasikan anggotanya yang kompeten sesuai dengan bidang dan keahliannya, dengan adanya struktur ini akan diketahui peran dan tanggung jawab setiap anggotanya.⁴⁶

Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) merupakan salah satu organisasi yang ada di Pemerintah Daerah Kabupaten Ponorogo yang didalamnya beberapa anggota yang memiliki tugas sebagai berikut:

NO	JABATAN	NAMA
1.	Kepala Bagian Protokol Dan Komunikasi Pimpinan	Drs. Hadi Priyanto

⁴⁵ Lihat Lampiran Dokumentasi Nomor 01/D/1-IV/2024

⁴⁶ <https://www.gamedia.com/literasi/struktur-organisasi/>, Diakses pada 28 Mei 2024 pukul

2.	Pranata Hubungan Masyarakat Tingkat Pertama	Donna Aprilliyawati, S. Sos. Krisna Damayanti, S. Sos.
3.	Pranata Hubungan Masyarakat Tingkat Pertama	Suko Langgeng Eko Nugroho, S. Sos.
4.	Analisa Protokol	Budi Setiyoko, S.E. Agus Subagyo, S.E. Indra Susanti, S.E. Himawan Adhi Premana, S.IP. Dina Maharani, S.I.Kom
5.	Petugas Protokol	Moch. Iqbal Ardiansyah A.Md.LLAJ.
6.	Analisis Berita	Yanto Dwi Prasetyo, S.Sos.
7.	Penata Laporan Keuangan	Aguswari, S.sos.
8.	Pengelola Data	Agung Prasetyo, A.Md
9.	Teknisi Peralatan Kantor	Gaguk Margono
10.	Pemelihara Peralatan	Agung Dwi Prasetyo Danang Bagus Wibisono
11.	Pengadministrasi Umum	Supriadi
12.	Petugas Sarana Dan Prasarana Transportasi Darat	Rila Ajeng Pangesti, A.Md.Tra

4. Visi dan Misi Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim)

Ponorogo

Dalam menjalankan tugas sehari-hari, visi akan sangat berpengaruh ketika organisasi tersebut hendak melakukan perubahan. Visi membuat organisasi tersebut tetap berjalan sesuai dengan apa yang dicita-citakan. Bahasa Visi dan Misi harus saling mendukung, namun pernyataan misi lebih spesifik daripada visi. Misi akan menentukan karakteristik organisasi daripada organisasi lainnya.⁴⁷ Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Kabupaten Ponorogo memiliki visi dan misi sebagai berikut:

Visi : “Mewujudkan Kabupaten Ponorogo HEBAT (Harmonis, Elok, Bergas, Amanah, Takwa)”

Misi :

1. Meningkatkan perekonomian daerah berbasis pertanian dan pariwisata.
2. Mewujudkan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan dasar, pemberdayaan masyarakat dan pembangunan budaya.
3. Mewujudkan pembangunan infrastruktur dan lingkungan hidup yang berkualitas dan berkelanjutan.

⁴⁷ <https://gramedia.com/literasi/pengertian-visi-misi/>. Diakses pada 27 Mei 2024 pukul

4. Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang amanah, tangkas, dan *responsive*.

B. Deskripsi Data Khusus

1. Strategi Komunikasi Prokopim (Protokol Dan Komunikasi Pimpinan)

Dalam Membangun Citra Positif Pimpinan Daerah Kabupaten Ponorogo

Strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Citra positif sangat dibutuhkan dalam lingkup pemerintahan, seperti yang disampaikan ibu Donna Aprilia berikut

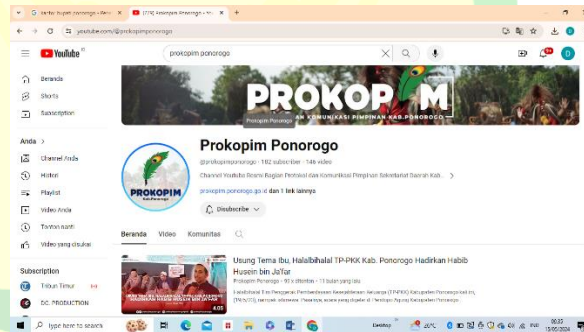
“citra positif memang salah satu faktor penting yang harus diperlihatkan dalam dunia pemerintahan. Dengan terbangunnya citra positif kepercayaan masyarakat terhadap pimpinan daerah akan semakin meningkat. Dengan adanya pembangunan citra positif khususnya di era pemerintahan Bapak Sugiri Sancoko dan Ibu Lisdyarita ini, pengambilan kebijakan-kebijakan oleh pimpinan daerah dalam upaya kesejahteraan masyarakat akan lebih efektif.”⁴⁸

Untuk membangun citra positif Pemerintah Daerah Kabupaten Ponorogo, Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) menggunakan beberapa strategi agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Prokopim sendiri terbagi menjadi tiga sub bagian yakni Protokol, Dokumentasi Pimpinan (Dokpim) dan Komunikasi Pimpinan

⁴⁸ Lihat Transkrip Wawancara nomor 01/W/1-IV/2024

(Kopim) yang memiliki tugas berkesinambungan antara satu sub bagian dengan sub bagian lain. Hal ini disampaikan oleh Ibu Donna Aprilia selaku Kasubag Komunikasi Pimpinan (Kopim) Prokopim Ponorogo

“untuk bagian komunikasi pimpinan, kami fokus pada wilayah publikasi melalui sosial media seperti Instagram, Blog dan Youtube. Strategi yang kami gunakan yaitu dengan membangun *framing* berita tentang kegiatan pimpinan menggunakan pemilihan diksi yang baik, menyebarkan prestasi dan capaian Bupati di media sosial milik Prokopim.”⁴⁹



Dalam upaya membangun citra positif Pimpinan Daerah melalui publikasi di media sosial milik Prokopim, pencarian bahan mentah juga harus diperhatikan dalam pengambilannya, seperti yang dikatakan Ibu Krisna Damayanti selaku Kasubag Dokumentasi Pimpinan (Dokpim) Prokopim Ponorogo.

“untuk bagian dokumentasi pimpinan, pengambilan bahan mentah yang akan dijadikan berita dan diunggah melalui media sosial milik prokopim juga perlu diperhatikan seperti pengambilan saat sesi penyerahan atau kedekatan pimpinan daerah dengan masyarakat, serta mengecualikan bagian yang semestinya tidak boleh dipertontonkan kepada masyarakat umum”⁵⁰

⁴⁹ Lihat Transkrip Wawancara nomor 01/W/1-IV/2024

Dengan demikian, ada beberapa kegiatan atau acara rutin yang dilaksanakan prokopim dalam upaya membangun citra positif pimpinan daerah Kabupaten Ponorogo, yaitu

“sub bagian komunikasi pimpinan dalam upaya menciptakan citra positif pimpinan daerah Kabupaten Ponorogo, memiliki kegiatan atau acara rutin yang dilaksanakan dengan mengupdate dan menyebar luaskan informasi seluruh kegiatan dan membranding citra positif pimpinan daerah terkait rangkaian kegiatan yang dilaksanakan pimpinan daerah di lingkungan masyarakat”⁵¹



Dengan demikian, bagian Prokopim melaksanakan kegiatan dengan kelompok masyarakat, seperti yang disampaikan Ibu Dona Aprilia.

“bagian Prokopim mengkomunikasikan dengan tim pelaksana kegiatan terkait *rundown* acara, tamu undangan, kelengkapan acara dalam upaya untuk menyukseskan rangkaian kegiatan yang berlangsung”⁵²

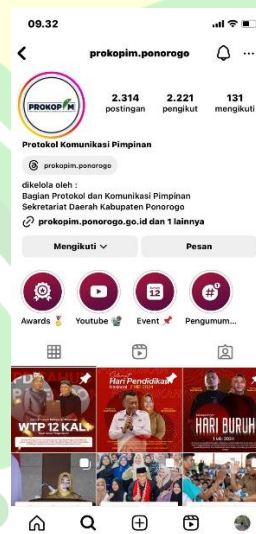
⁵¹ Lihat Transkrip Wawancara nomor 01/W/1-IV/2024

⁵² Lihat Transkrip Wawancara nomor 01/W/1-IV/2024



Ibu Donna Aprilia juga menambahkan bahwa tak hanya melakukan publikasi terkait kegiatan yang dilakukan oleh Pimpinan Daerah, sub bagian kopim juga memiliki beberapa tugas, diantaranya

“sub bagian komunikasi pimpinan (kopim) sebagai juru bicara pimpinan daerah bertugas memfasilitasi akses komunikasi 2 arah, dari pihak luar dengan Pimpinan Daerah. Kami juga berperan mengumpulkan informasi tentang perkembangan dan aspirasi masyarakat sebagai bahan pertimbangan Pimpinan Daerah dalam mengambil sebuah kebijakan. Selain itu kami juga menyebarkan berita terkait dengan prestasi dan kegiatan yang dilakukan Pimpinan Daerah.”⁵³



⁵³ Lihat Transkrip Wawancara nomor 01/W/1-IV/2024

Dalam pelaksanaan tugasnya, citra positif menjadi hal yang diutamakan untuk mengemas sebuah berita yang akan dipublikasikan. Seperti yang disampaikan Ibu Donna Aprilia bahwa

“strategi prokopim dalam memberikan informasi kepada masyarakat untuk membangun citra positif dan reputasi yang baik digunakan untuk mendapatkan dukungan dan simpati dari publik serta opini publik yang baik. Sebagai tindakan komunikasi, kita melibatkan masyarakat yang berperan penting sebagai jembatan untuk menciptakan lingkungan yang kondusif antara berbagai kelompok pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal dalam rangka *win-win solution* untuk meningkatkan reputasi Lembaga Pemerintahan itu sendiri.”⁵⁴

Dari hasil wawancara tersebut, terlihat bahwa *feedback* dari publik sangat berpengaruh terhadap kinerja prokopim dalam membangun citra, maka dari itu diperlukan komunikasi yang baik pula dengan pihak-pihak tertentu agar mempermudah proses pembangunan citra.

2. Hambatan Dan Solusi Prokopim Dalam Menjalankan Strategi Komunikasi

Upaya pembangunan citra yang baik di media sosial tentunya juga tidak bisa dipisahkan dari kabar miring atau hoax yang tersebar di media sosial, mengingat media sosial merupakan ruang publik yang dapat diakses oleh siapapun dan tidak dapat dikendalikan. Selain kabar miring di media sosial, hambatan yang sering terjadi yaitu saat proses pengambilan bahan yang akan dijadikan sebagai draft untuk publikasi tentunya menghadapi

⁵⁴ Lihat Transkrip Wawancara nomor 01/W/1-IV/2024

beberapa kendala di lapangan. Mengingat peliputan tidak hanya dilakukan oleh pihak Prokopim saja, ada juga peliputan dari pihak luar. Seperti dijelaskan oleh Ibu Donna Aprilia dan Ibu Krisna Damayanti bahwa

“dalam proses pencarian bahan mentah yang akan dijadikan konten publikasi, kami juga mengalami beberapa kendala. Banyaknya pihak yang meliput kegiatan seperti dari Kominfo, tim media milik Pimpinan Daerah, tim media swasta yang ada di Kabupaten Ponorogo, pihak koran dan radio. Jadi dalam pengambilan gambar kita juga saling berebut untuk mendapatkan momen yang pas demi hasil yang maksimal. Banyaknya rangkaian kegiatan yang dilakukan dalam satu hari juga membuat kami sering tertinggal ketika sesi wawancara berlangsung, pengambilan rekaman suara yang kurang jelas juga kendala susah sinyal ketika berada di tempat terpencil. Susah sinyal ini menyebabkan kami juga sulit untuk berkomunikasi dengan ajudan Pimpinan Daerah untuk *update* lokasi terkini Pimpinan Daerah berada.”⁵⁵

Dari beberapa tersebut, prokopim tentu berupaya untuk menanggulangi hal tersebut agar tidak terjadi di lain hari

“Sebagai upaya untuk mengatasi kendala-kendala yang terjadi di lapangan seperti susahnya sinyal, kami memanfaatkan alat komunikasi berupa HT. Apabila kami ketinggalan informasi terkait kegiatan yang berlangsung, kami mencari ulang data kepada narasumber yang bersangkutan. Setelah melakukan kegiatan kami kemudian melakukan evaluasi terhadap apa saja yang telah terjadi saat kegiatan berlangsung. Biasanya setiap kegiatan dalam satu hari kami dibagi dalam beberapa tim. Masing-masing tim tersebut kemudian nanti akan melaporkan kendala apa saja yang terjadi dan saling bertukar pikiran untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.”⁵⁶

⁵⁵ Lihat Transkrip Wawancara nomor 01/W/1-IV/2024

⁵⁶ Lihat Transkrip Wawancara nomor 01/W/1-IV/2024

Melalui evaluasi yang dilakukan rutin setiap harinya setelah melakukan kegiatan di lapangan, diharapkan kendala kendala yang dialami tidak akan terjadi lagi di kemudian hari dengan melakukan pencegahan sesuai dengan hasil evaluasi bersama.



BAB IV

ANALISIS DATA STRATEGI KOMUNIKASI PROKOPIM (PROTOKOL DAN KOMUNIKASI PIMPINAN) DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF PIMPINAN DAERAH KABUPATEN PONOROGO

A. Analisis Strategi Komunikasi Prokopim dalam Membangun Citra Positif Pimpinan Daerah Kabupaten Ponorogo

Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) berperan penting dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh Pimpinan Daerah. Prokopim berperan menjadi garda terdepan sebagai penghubung antara Pimpinan Daerah dengan Khalayak umum. Pembangunan citra positif menjadi hal yang sangat penting diperhatikan untuk menunjang kinerja pimpinan daerah agar mendapatkan penilaian yang baik di mata masyarakat. Dari sinilah dibutuhkan strategi komunikasi yang bagus dan benar agar citra positif yang diinginkan dapat terbentuk dengan maksimal dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh Pimpinan Daerah. Strategi komunikasi yang dilakukan prokopim dikemas melalui beberapa cara diantaranya:

1. Mengenal Khalayak

Dalam usaha komunikasi yang efektif mengenal khalayak menjadi langkah pertama yang dilakukan oleh komunikator, khalayak itu tidak pasif melainkan aktif sehingga komunikator dan komunikan harus saling mempengaruhi, yang artinya komunikan dapat dipengaruhi oleh komunikan

atau khalayak. Jadi untuk menghubungkan pesan komunikasi antara komunikator dengan komunikan harus mempunyai persamaan kepentingan.⁵⁷

Sebelum mengenal khalayak, dibutuhkan kerjasama yang baik antar anggota di bagian prokopim agar tugas yang dijalankan dapat berjalan lancar. Setiap harinya terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan oleh pimpinan daerah yang bersifat internal dan eksternal. Kegiatan internal meliputi kegiatan tentang program kerja yang direncanakan oleh pimpinan daerah seperti Baksos PKK, penyerahan Dana Bagi Hasil Cukai Hasil Tembakau (DBH-CHT), pembukaan event kejuaraan kabupaten, pengecekan rencana pembangunan daerah, pembersihan saran dan prasarana umum, dan lain sebagainya. Sedangkan kegiatan eksternal yang dilaksanakan seperti menghadiri undangan rapat koordinasi dengan instansi lain, peresmian sarana dan prasarana baru yang ada di lingkungan Kabupaten Ponorogo yang merupakan rencana pembangunan daerah, penyerahan sertifikat PTSL, dan pendampingan kunjungan kerja. Dengan adanya beberapa kegiatan yang dilaksanakan oleh pimpinan daerah, maka bagian Prokopim dalam menjalankan tugasnya melaksanakan koordinasi internal dengan seluruh anggota yaitu dengan membuat plot pembagian tugas menjadi beberapa tim disetiap giat yang dilaksanakan oleh pimpinan

⁵⁷ Tommy Suprpto, *Pengantar Teori Komunikasi*, (Yogyakarta: Agromedia Pustaka. 2006),

daerah, dengan demikian tugas bagian prokopim dalam melaksanakan kegiatan pimpinan daerah bisa berjalan lancar dan sukses.⁵⁸

Setelah melaksanakan koordinasi internal, koordinasi eksternal juga perlu dipersiapkan bagian prokopim agar tugas yang dilaksanakan berjalan dengan lancar mengingat prokopim sebagai jembatan antara pimpinan daerah dengan orang-orang dilapangan. Koordinasi eksternal ini dilaksanakan dengan mengkomunikasikan dengan pihak luar yang bersangkutan terkait persiapan kegiatan meliputi *rundown* acara, tata urutan, tata tempat, serta tata upacara yang telah disesuaikan dengan jenis kegiatan.⁵⁹ Jika seluruh aspek persiapan kegiatan sudah dikoordinasikan dan dikomunikasikan dengan baik, bukan tidak mungkin seluruh kegiatan yang dilaksanakan oleh pimpinan daerah bisa berjalan lancar dan sukses.

2. Menentukan Metode

Metode yang digunakan Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kabupaten Ponorogo adalah dengan menggunakan metode persuasif. Metode ini di dilakukan dengan mempengaruhi komunikasi dengan cara membujuk. Membujuk dalam hal ini diimplementasikan melalui penyajian postingan yang diunggah pada akun media sosial milik Prokopim Ponorogo yang menunjukkan kinerja dan prestasi dari Pimpinan Daerah yang secara tidak langsung akan mempengaruhi khalayak dan menumbuhkan citra

⁵⁸ Lihat Transkrip Wawancara nomor 01/W/1-IV/2024

⁵⁹ Lihat Transkrip Wawancara nomor 01/W/1-IV/2024

positif di mata masyarakat. Penggunaan caption dan penyajian gambar juga sangat berpengaruh terhadap persepsi yang diterima oleh khalayak.

3. Pemilihan Penggunaan Media

Dalam rangka memberikan pengaruh kepada masyarakat, penggunaan media merupakan alat penyalur ide, karena media massa dapat menjangkau khalayak yang berskala banyak. Selain berfungsi sebagai alat penyalur, media juga mempunyai fungsi yang kompleks, dengan demikian faktor-faktor komunikasi juga harus diperhitungkan karena medium tersebut mempunyai kemampuan dan kelemahan tersendiri sebagai alat komunikasi.⁶⁰

Dalam upaya membangun citra positif pimpinan daerah, sub bagian komunikasi pimpinan memiliki kegiatan rutin yang dilaksanakan dengan mengupdate dan menyebarkan informasi seluruh kegiatan, serta membranding citra positif pimpinan daerah di lingkungan masyarakat. Publikasi melalui sosial media milik prokopim meliputi Instagram, Blog, dan Youtube, merupakan eksekusi tahap akhir dari seluruh kegiatan yang telah dilaksanakan oleh pimpinan daerah.⁶¹ Pada proses ini pemilihan diksi yang baik, hasil foto pimpinan daerah saat momen bersentuhan langsung dengan masyarakat yang diabadikan oleh bagian dokumentasi pimpinan

⁶⁰ Tommy Suprpto, *Pengantar Teori Komunikasi*, (Yogyakarta: Agromedia Pustaka. 2006),

⁶¹ Lihat Transkrip Wawancara nomor 01/W/1-IV/2024

dan menyebarluaskan prestasi maupun capaian pimpinan daerah disertai pembangunan framing berita yang baik merupakan strategi yang digunakan oleh prokopim terutama sub bagian komunikasi pimpinan. Hal tersebut dilaksanakan sebagai tugas dan fungsi dari prokopim yaitu sebagai pemberi informasi kepada masyarakat untuk membangun citra positif dan reputasi yang baik yang menghasilkan dukungan, simpati, dan opini yang baik dari masyarakat.

B. Analisis Hambatan dan Solusi Strategi Komunikasi Prokopim Dalam Membangun Citra Positif Pimpinan Daerah Kabupaten Ponorogo

Dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsi Bagian Prokopim sebagai garda terdepan dan menjadi penghubung dengan masyarakat dalam pelaksanaan setiap kegiatan Pimpinan Daerah diperlukan strategi komunikasi yang direncanakan untuk membangun citra positif. Citra positif diperlukan untuk menunjang kinerja Pimpinan Daerah agar mendapatkan *feedback* dari masyarakat berupa penilaian terhadap hasil kinerja selama menjabat sebagai Pimpinan Daerah. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan wawancara dan pengumpulan data lapangan, ditemukan hambatan dalam melaksanakan tugas, dan kemudian merujuk ke solusi dari hambatan tersebut, dijelaskan sebagai berikut:

P O N O R O G O

1. Hambatan Teknis

Hambatan teknis merupakan hambatan yang terjadi saat kegiatan berlangsung di lapangan.⁶² Pelaksanaan kegiatan di lapangan yang dijalankan seluruh anggota Bagian Prokopim seringkali mengalami beberapa kendala seperti⁶³:

- a. Banyaknya pihak media yang meliput kegiatan sehingga terjadi hambatan dalam proses pencarian bahan mentah yang akan dibuat framing berita berupa foto saat momen penting seperti prosesi sambutan, pemotongan tanda pembukaan suatu peresmian, dan momen kedekatan Pimpinan Daerah dengan masyarakat.
- b. Banyaknya rangkaian kegiatan setiap harinya sehingga terjadi hambatan dalam proses rekaman pada sesi wawancara dan berakibat kurang maksimalnya hasil rekaman suara.
- c. Kegiatan yang dilaksanakan di daerah terpencil Kabupaten Ponorogo mengalami kendala komunikasi karena minimnya sinyal, masalah tersebut menjadi penghambat dalam berkomunikasi dengan ajudan pimpinan daerah untuk keperluan *update* lokasi terkini pimpinan daerah berada.

⁶² Zainal Mukarom dan Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Public Relation (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat)* (Bandung:Pustaka Setia, 2015).

⁶³ Lihat Transkrip Wawancara nomor 01/W/1-IV/2024

2. Solusi

Sebagai upaya dalam menghadapi hambatan yang terjadi saat melaksanakan rangkaian kegiatan Pimpinan Daerah, maka Bagian Prokopim dalam usaha strategi komunikasi dalam membangun citra positif Pimpinan Daerah memberikan beberapa solusi dalam menghadapi hambatan tersebut.

Dalam menanggulangi hambatan yang terjadi di lapangan saat melaksanakan kegiatan Pimpinan Daerah, Bagian Prokopim mencari ulang data terkait kegiatan kepada narasumber yang bersangkutan atau pihak media lain yang juga sedang meliput kegiatan tersebut, dengan demikian tertinggalnya momen penting saat kegiatan Pimpinan Daerah, Bagian Prokopim bisa tetap mendapatkan informasi yang diinginkan.⁶⁴ Kemudian dengan memanfaatkan HT (*Handy Talkie*) sebagai alat komunikasi dua arah yang memanfaatkan frekuensi radio untuk mengatasi hambatan komunikasi dengan anggota Bagian Prokopim dan ajudan Pimpinan Daerah yang sedang bertugas. Dengan menggunakan HT, seluruh anggota yang melaksanakan tugas bisa berkomunikasi dengan lancar meskipun terkendala sinyal di daerah terpencil.⁶⁵ Dari beberapa hambatan yang terjadi, seluruh anggota Bagian Prokopim yang terbagi menjadi beberapa tim melaporkan kendala apa saja yang terjadi, melaksanakan evaluasi dan

⁶⁴ Lihat Transkrip Wawancara nomor 01/W/1-IV/2024

⁶⁵ Lihat Transkrip Wawancara nomor 01/W/1-IV/2024

bertukar pikiran untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi. Dengan melaksanakannya secara rutin setelah kegiatan berlangsung, diharapkan semua kendala yang dialami tidak akan terjadi lagi di kemudian hari.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian skripsi yang telah dilakukan dengan judul “Strategi Komunikasi Prokopim (Protokol dan Komunikasi Pimpinan) dalam Membangun Citra Positif Pimpinan Daerah Kabupaten Ponorogo”, dapat diambil kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Prokopim Ponorogo dalam membangun citra positif Pimpinan Daerah Kabupaten Ponorogo dengan melakukan beberapa cara diantaranya 1) mengenal khalayak, dilakukan dengan kordinasi internal dan eksternal Prokopim Ponorogo; 2) menentukan metode, dalam hal ini Prokopim Ponorogo menggunakan metode Persuasif yang bersifat membujuk/mempengaruhi khalayak; 3) pemilihan penggunaan media dengan cara melakukan publikasi terkait kegiatan yang dilakukan oleh Pimpinan Daerah dengan memperhatikan citra yang ingin dibangun melalui media sosial Instagram, Youtube dan Blog milik Prokopim Ponorogo.
2. Hambatan yang dihadapi Prokopim Ponorogo dalam membangun citra positif Pimpinan Daerah Kabupaten Ponorogo meliputi hambatan di media sosial dan hambatan teknis, seperti banyaknya media yang juga meliput

kegiatan tersebut, banyaknya rangkaian kegiatan, dan kendala sinyal saat kegiatan di daerah terpencil

Dari banyaknya hambatan yang dihadapi oleh Prokopim Ponorogo, beberapa solusi yang dilakukan diantaranya dengan mencari data kegiatan kepada narasumber yang bersangkutan/pihak media lain yang juga meliput kegiatan, menggunakan HT (*Handy Talkie*) sebagai pengganti handphone ketika kegiatan di daerah terpencil serta memberikan klarifikasi terkait isu-isu negatif yang ada di media sosial yang dikemas dalam bentuk video/narasi di media sosial Prokopim dan melakukan evaluasi terkait kegiatan yang telah dilakukan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka peneliti ingin menyampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Prokopim Ponorogo

Hendaknya terus meningkatkan kualitas berita yang akan dipublikasikan di media sosial, baik Instagram, Youtube maupun blog agar pembangunan citra positif lebih maksimal.

2. Kepada peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi tambahan bagi akademisi di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam mengenai strategi komunikasi prokopim dalam membangun citra positif Pimpinan Daerah.

DAFTAR PUSTAKA

Anggoro, M Linggar. "Teori & Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya Di Indonesia", (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2001), hlm. 59

Antoni, Reza. "Strategi Komunikasi Humas Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Bandung", (Jurnal Universitas Komputer Indonesia, 2019).

Arifin, Anwar. *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*, Cet III (Bandung: Armico, 1994), 51.

Armanda, Yoga Wahyu. "Peran Humas Dalam Membentuk Citra Positif Yayasan Al Kautsar Desa Semanding Kecamatan Jenangan Ponorogo", (skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021).

Aryati, Lies. "*Panduan Untuk Menjadi MC Professional*" (Gramedia Pustaka Utama, 2004) Hal 15.

Aslichatul Muwahadah, N. R. "Strategi Komunikasi Humas dalam Mempertahankan Citra Pemerintahan Kota Mojokerto", (Skripsi, UIN Sunan Ampel, 2021).

Cangara, Hafied. "Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Keempat", (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2019),17

Caroline, Anugrah Dinda & Iradhat Taqwa Sihidi, "Strategi Humas Dalam Menjaga Citra Positif Pemerintah Kota Malang Di Era Keterbukaan Informasi Publik", (Jurnal Universitas Muhammadiyah Malang, 2022).

Daryanto. *Pola Komunikasi*, 199-200.

Doembana, Ismawati. Abdul Rahmat., & Muhammad Farhan. "Buku Ajar Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran. (Yogyakarta: ZAHIR Publishing 2017). 20-23.

Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Effendy, Onong Uchjana. *Dimensi-Dimensi Komunikasi* (Bandung: Alumni, 1986), 7.

Effendy, Onong Uchjana. "Ilmu, teori dan filsafat komunikasi." (Bandung: Citra Aditya Bakti 2003), 200

Effendy, Onong Uchjana. "*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*", (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1984), 9.

Febriandi,Ahmad Firman Dan Badaruddin. "*Pengaruh Humas Caital, Komunikasi Organisasi, Dan Buydaya Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Protokoler Pada Secretariat Daerah Kota Parepare*" (Jurnal JMMNI,VI. 3, No.3, 2022) Hal 3.

<https://disbudparpora.ponorogo.go.id/reog-lahir-tumbuh-dan-berkembang-di-ponorogo/>, diakses pada 25 Februari 2024, pukul 22.10

<https://jatim.bpk.go.id/kabupaten-ponorogo/>, diakses pada 25 Februari 2024, pukul 20.43.

<https://jatim.bpk.go.id/kabupaten-ponorogo/>, diakses pada 3 Februari 2024, pukul 20.41.

<https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/kota-santri-ponorogo-punya-andil-besar-membangun-karakter-masyarakat>, diakses pada 25 february 2024, pukul 22.39

<https://pendis.kemenag.go.id/storage/archives/NSPPupdate2019ok.pdf>, diakses pada 14 Maret 2024, pukul 22.20

<https://peraturan.bpk.go.id/Details/40768/uu-no-32-tahun-2004>, diakses pada 25 Februari 2024, pukul 22.48

<https://peraturan.bpk.go.id/Details/177031/pp-no-94-tahun-2021>, diakses pada 25 Februari 2024, pukul 22.51

<https://www.gamedia.com/literasi/struktur-organisasi/>, Diakses pada 28 Mei 2024 pukul 11.07

Indah Arnita, W. O. "Strategi Komunikasi Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Dalam Menjaga Citra Wali Kota Pada Sekretariat Daerah Kota Baubau", (skripsi, Universitas Hasanudin Makassar, 2023)

Kasali, Rhenald. 2005, *Manajemen Public Relations*, Cet.V, Jakarta: Grafiti, h. 30

Moleong, Lexy J. “*Metode Penelitian Kualitatif*”, terj. Tjun Surjaman (Bandung: Rosdakarya, 2012), 372.

Mukarom, Zainal & Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Public Relation (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat)* (Bandung:Pustaka Setia, 2015).

Nova, Firsya. *Criss Public Relation*, h. 299.

Nugrahani, Farida. “*Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*” (Surakarta: 2014), 136.

Nurdianti, Siti Rahma, “*Analisis Faktor-Faktor Hambatan Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Keluarga Berencana Pada Masyarakat Kebon Agung Samarinda*”, *eJournal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2 No.2 (2014).

Nurdin, Ali dkk. “*Pengantar Ilmu Komunikasi*”: Buku Perkuliahan Program S-1 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, (Sidoarjo: CV Mitra Media Nusantara, 2013), 6-7.

Rachmiatie. “*Etiket Keprotokolan*” (Kopertis, Jakarta, 2017) Hal 15.

Riadi, Muchlisin. (2020). *Strategi Komunikasi (Pengertian, Teknik, Langkah dan Hambatan)*. Diakses pada 2/24/2024

Rosady, Ruslan. 2008, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Press, h. 76

Rosady, Ruslan. 2005, “*Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*”, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, h. 80

Ruliana, Poppy. *Komunikasi Organisasi Teori dan Studi*, 3

R. Wayne Pace & Don F. Faules, *Komunikasi organisasi strategi meningkatkan kinerja perusahaan*, Penj: Deddy Mulyana (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), 2.

Simbolon, Alfred Nobel. “Peran Protokol dan Komunikasi Pimpinan (PROKOPIIM) dalam pembentukan citra Wali Kota Medan Bobby Nasution (Studi Kasus Pada Bagian Dokumentasi Pimpinan Protokol Dan Komunikasi Pimpinan Setda Kota Medan)”, (skripsi, Universitas Medan Area, 2023).

Setiono, Eko. Dyah Prabaningrum, Dkk “*Peran protokol Dalam Kegiatan di UNNES*” (Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, Vol 19 No.1 2022) Hal 17-18.

Somirat, Soleh. “Dasar-Dasar Public Relations” (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), 114

Soemirat, Soleh & Elvinaro Ardianto, 2008, Dasar-Dasar Public Relations, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, h. 116

Suprpto, Tommy. *Pengantar Teori Komunikasi*, (Yogyakarta: Agromedia Pustaka. 2006), 11.

Syafii Mudhofir, M. H & Ahmad Mujib. “Peran Bathoro Katong dalam Menyebarkan Agama Islam di Ponorogo Tahun 1496-1517 M”, Jurnal Universitas Islam Sultan Agung, (Maret 2021), 248

Tjiptono, Fandy & Anastasia Diana. *Prinsip Dinamika Pemasaran*, (Yogyakarta: JJ. Learning, 2000), Edisi Pertama, Cet. Pertama, h. I

Tugas Pokok dan Fungsi - PROTOKOL DAN KOMUNIKASI PIMPINAN KAB KUBU RAYA (kuburayakab.go.id), diakses pada 06 Februari 2024, pukul 01.56

Tugas Pokok dan Fungsi - PROTOKOL DAN KOMUNIKASI PIMPINAN KAB KUBU RAYA (kuburayakab.go.id), diakses pada 06 Februari 2024, pukul 01.56

Tugas Pokok dan Fungsi - PROTOKOL DAN KOMUNIKASI PIMPINAN KAB KUBU RAYA (kuburayakab.go.id), diakses pada 06 Februari 2024, pukul 01.56

Widjaja, A.W. (2002). *Komunikasi: Komunikasi & Hubungan Masyarakat*. (Jakarta: Bumi Aksara).