

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan aktivitas manusia yang sangat penting, bukan hanya dalam kehidupan organisasi, namun dalam kehidupan manusia secara umum. Tiada hari tanpa komunikasi, sepanjang nafas manusia masih berhembus di bumi ini. Bahkan orang yang melakukan meditasi pun pada hakikatnya sedang melakukan komunikasi, termasuk orang yang sedang bersemedi di suatu tempat yang dianggap sakral menurutnya. Komunikasi merupakan hal yang esensial dalam kehidupan manusia. Manusia berinteraksi dengan sesama dengan cara melakukan komunikasi. Komunikasi dapat dilakukan dengan cara yang sederhana sampai cara yang kompleks. Komunikasi tidak terbatas pada kata-kata yang terucap semata, melainkan dapat terbentuk pula dalam interaksi lainnya seperti senyuman, anggukan kepala yang menyatakan setuju, sikap badan, ungkapan minat, perhatian yang mendukung diterimanya pengertian, sikap dan perasaan yang sama, diterimanya pengertian yang sama merupakan kunci dalam komunikasi.

Sebagaimana dalam sebuah lembaga, organisasi ataupun instansi pemerintahan, komunikasi berperan penting sebagai cara menyampaikan gagasan maupun tujuan manajemen. Berbagai kegiatan dalam lembaga maupun organisasi akan berlangsung dengan baik apabila terjadi komunikasi yang baik dalam organisasi maupun instansi pemerintahan tersebut. Metode komunikasi yang telah

dikenal adalah *Public Relations*, baik sebagai fungsi manajemen sebuah organisasi maupun instansi pemerintahan maupun untuk memelihara komunikasi dengan publik internal ataupun eksternal. Selain itu, untuk memperoleh kejelasan apa itu *Public Relations*, para ahli membaginya menjadi 2 jenis, yaitu *Public Relations* sebagai *technique of communication* dan sebagai *state of being* (Effendy, 1995:133). Maka tak mengherankan *Public Relations* memiliki peran penting dalam menjaga komunikasi untuk tujuan manajemen.

Selain itu mengingat ruang lingkup *Public Relations* atau hubungan masyarakat sangat luas dan berhubungan dengan beragam karakter maupun sifat, sehingga di era globalisasi ini *Public Relations* sangat dibutuhkan dan mempunyai peran yang sangat penting oleh perusahaan, organisasi maupun instansi. Peran *Public Relations* di perusahaan, organisasi maupun instansi tidak jauh berbeda yaitu sama-sama berhubungan dengan publik, terlepas itu publik internal maupun publik eksternal yang berkaitan erat dengan masalah informasi. Tetapi *Public Relations* dalam suatu perusahaan atau organisasi lebih terlihat atau menonjol di bandingkan *Public Relations* instansi pemerintahan. Hal itu disebabkan *Public Relations* di perusahaan ataupun organisasi keberadaannya sangat penting karena *Public Relations* disini mempunyai wewenang untuk ikut campur tangan dalam pengambilan keputusan atau kebijakan sehingga selalu dituntut untuk berfikir kreatif dan kinerja yang dilakukan bersifat mencari laba atau keuntungan. sedangkan *Public Relations* di instansi pemerintahan hanya berperan untuk publikasi atau promosi kebijakan-kebijakan pemerintah tanpa ikut andil dalam

pembuatan kebijakan tersebut serta keberadaanya terkesan bersifat seperti pelengkap saja.

Kegiatan – kegiatan yang dilakukan seorang *Public Relations* atau hubungan masyarakat bertujuan untuk menyelaraskan sebuah perusahaan, organisasi maupun instansi pemerintahan dengan kebutuhan dan keinginan publik baik publik eksternal maupun publik internal, selain itu juga untuk memberikan pengertian yang menimbulkan citra atau kesan yang positif dimata masyarakat. Hal itu dikarenakan fungsi dan tugas pokok *Public Relations* atau hubungan masyarakat adalah sebagai *image builder* (pembangun citra) dari sebuah organisasi atau instansi pemerintahan.

Kondisi pemerintahan daerah di Indonesia pada akhir-akhir ini mulai banyak yang bermasalah. Mulai dari masalah demonstrasi masyarakat tentang permasalahan kesejahteraan, tuntutan fasilitas umum, kasus pidana penyalahgunaan kedudukan dari para pejabat daerah, hingga protes akan sebuah kebijakan yang tidak pro terhadap rakyat. Semakin banyak permasalahan yang timbul dan belum teratasi, akan mengakibatkan kondisi pemerintahan daerah tersebut semakin semeraut, terpuruk hingga timbul kekecewaan yang teramat pada masyarakat. Hal ini semua akan mengakibatkan jatuhnya citra pemerintahan daerah dimata masyarakat. Setiap pemerintahan daerah hendaknya selalu mengantisipasi krisis, karena dengan mengantisipasinya pemerintahan daerah akan siap menghadapi krisis tersebut.

Aktivitas-aktivitas pokok dalam menangani krisis dilakukan sebagai upaya pencegahan sebelum terjadinya krisis. Meskipun krisis yang terjadi dan melanda

setiap pemerintahan daerah berlainan sesuai dengan keadaan dan waktu, namun unsur-unsur yang sama dapat diantisipasi. Beberapa cara untuk mengatasi masalah ini seperti yang disebut *Preventive Public Relation*, yakni usaha untuk mengantisipasinya dengan melakukan perencanaan mengenai krisis dan membuat rencana aksi yang dapat dilakukan dalam waktu cepat dan efektif.

Menurut Philip lesly dalam bukunya *Everything You Wanted To Know About Public Relation*, sumber krisis antara lain adalah: (1). Bencana seperti kebakaran dan gempa bumi akan berpengaruh terhadap orang-orang dalam dan publik luar perusahaan seperti pelanggan, (2). Kondisi darurat yang datang secara tiba-tiba atau suatu perkembangan kondisi darurat, seperti sabotase kebijakan atau produk penyelewengan anggaran, (3). Penanaman bom yang dapat menimbulkan kepanikan dan kerusakan atau suatu demonstrasi masa, (4). Rumor yang jelek tentang pemerintahan, (5). Adanya letupan seperti boikot dari berbagai aktivis (semacam LSM), (Moleong, 1993:25).

Krisis adalah masa gawat atau masa genting, di mana situasi tersebut dapat merupakan titik baik atau sebaliknya. Oleh karena itu, masa krisis adalah momen-momen tertentu. Adapun krisis ditangani dengan baik dan tepat waktu, momen mengarah pada situasi membaik, dan sebaliknya tidak segera ditangani krisis mengarah kepada situasi memburuk bahkan dapat berakibat fatal. (Adrianto, 2003:181)

Krisis terjadi melalui beberapa peristiwa sesuai dengan kejadiannya, seperti masalah politik, masalah bencana alam, masalah lingkungan, masalah penyelewengan anggaran, masalah kesejahteraan, masalah kebijakan, masalah kriminal, grativikasi, isu publik, dan bahkan masalah terorisme. Biasanya kiris timbul apabila kesejahteraannya terganggu dan telah terjadi pergeseran kecenderungan perhatian masyarakat dari masalah pribadi ke arah politik dan ekonomi (kesejahteraan) serta perbaikan kualitas hidup. Masalah-masalah yang

mengganggu kesejahteraan akan menjadi masalah yang sangat sensitif yang akhirnya timbul ke permukaan menjadi krisis yang dapat terjadi di dalam maupun di luar pemerintahan. Dampaknya tidak saja merugikan pemerintahan maupun masyarakat, bahkan secara tidak langsung dapat mengancam citra pemerintahan. Apalagi dengan kemajuan teknologi komunikasi saat ini, situasi krisis di suatu negara akan cepat menyebar ke negara lain.

Citra pemerintahan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan citra atas kebijakan dan pelayanan saja. Citra pemerintahan bisa terbentuk oleh banyak hal-hal yang positif. Yang dapat meningkatkan citra suatu pemerintahan antara lain adalah sejarah atau riwayat hidup pemerintahan yang gemilang serta keberhasilan-keberhasilan di bidang kesejahteraan, infrastruktur pasilitas umum yang pernah dibangun dan dipersembahkan.

Kini banyak sekali pemerintahan, organisasi, atau orang-orang yang mengelolanya sangat sensitif menghadapi publik-publiknya yang kritis. Saat ini banyak sekali pemerintahan atau organisasi memahami sekali perlunya memberi perhatian yang cukup untuk membangun suatu citra yang menguntungkan bagi suatu pemerintahan, tidak hanya dengan melepaskan diri terhadap bentuknya suatu kesan publik negatif. Dengan kata lain citra pemerintahan adalah *Fragile Commodity* (komoditas yang rapuh atau mudah pecah), namun kebanyakan pemerintahan daerah juga meyakini bahwa citra pemerintahan yang positif adalah esensial, sukses yang berkelanjutan dan dalam jangka panjang.

Citra adalah kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan dan pemahaman itu sendiri muncul karena adanya suatu informasi. Seorang

praktisi PR harus dapat menegakkan citra dari pemerintah yang diwakilinya agar tidak menimbulkan kesalah pahaman dan tidak melahirkan isu-isu yang dapat merugikan. Citra yang baik dimaksudkan agar organisasi dapat tetap hidup dan orang-orang didalamnya dapat berkreatifitas dengan baik serta dapat memberikan manfaat kepada orang lain. Menurut Kasali (2000:30) citra berkaitan erat dengan persepsi, sikap dan opini orang perseorangan di dalam kelompok-kelompok *stakeholders* dan semua itu merupakan unsur-unsur terbentuknya opini publik.

Di era milenium ini perubahan-perubahan mendasar di lingkungan global, regional, maupun nasional bergerak sangat cepat. Fakta inti pelayan publik dewasa ini adalah kadaulatan rakyat. Standar pelaksanaan sistem sekarang ini ditetapkan di dalam rancangan undang-undang dan kebijakan serta pengajuan yang disahkan. Ini artinya bahwa pemerintahan harus bijak dan tepat dalam membuat dan menjalankan amanah, wewenang dan kebijakan yang pro terhadap kepentingan masyarakat umum.

Pemerintah Kabupaten Bandung adalah salah satu pemerintahan daerah yang mengalami permasalahan akibat terjadinya krisis ekonomi yang melanda asia termasuk Indonesia yang telah mengguncangkan pertumbuhan dan kemampuan ekonomi di kawasan ini. Pemerintah Kabupaten Bandung pun yang belakangan ini sempat mengalami krisis atau permasalahan dalam pendapatan pemerintahan daerah dan pemamfaatan anggaran pendapatan tersebut.

Humas dalam lembaga pemerintahan merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka tugas penyebaran informasi dan kebijakan, program dan kegiatan-kegiatan lembaga pemerintahan dan kepada masyarakat. Indonesia sangatlah memerlukan lembaga kehumasan, baik pada pemerintahan ataupun

perusahaan swasta. Humas ini merupakan kelanjutan dari proses penetapan kebijakan pemerintah, pemberi layanan informasi kepada masyarakat, sehingga humas itu berada memperoleh kepercayaan dari publiknya, yaitu masyarakat dalam arti luas. Maka dari itu sikap dan pelayanan yang baik sangat penting demi terciptanya citra yang baik. Sedangkan keberadaan dari Humas dan Protokol di Pemerintah Kabupaten ini bertujuan menyampaikan informasi dan komunikasi sesuai dengan kebutuhan masyarakat, mampu mengembangkan dukungan masyarakat terhadap kebijakan pada masyarakat. Humas di Pemerintah harus melakukan penyesuaian-penyesuaian peran dan fungsinya dalam menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi, supaya Humas Pemerintah mampu membangun Citra Pemerintah yang baik. Untuk masyarakat sekarang ini peran dan pengaruh Humas dan Protokol sangat terasa. Tidak ada kegiatan yang dilakukan di dalam dan oleh masyarakat yang tidak memerlukan pemberitaan. Karena berita sudah menjadi kebutuhan utama.

Seperti kurang optimalnya pelayanan publik yang ada di Pemerintah Kabupaten Bandung berdampak pada sering terjadinya penumpukan permasalahan di berbagai daerah, menjadi persoalan cukup besar. Terlebih masih banyaknya di berbagai tempat menjadi pekerjaan rumah yang tidak mudah bagi Pemerintah Kabupaten Bandung. Dan banyak lagi persoalan pelayanan lainnya yang belum diselesaikan secara maksimal. Seperti terjadi beberapa keluhan masyarakat seperti yang dilansir pada web resmi pemda;

“yang terhormat bapak bupati Bandung beserta jajarannya, cuma sekedar mau bertanya jalan desa di bojong kunci yang di daerah paledang baru diaspal setahun yang lalu sekarang kondisinya mulai memprihatinkan sudah bolong2 dan rusak kasihan kalau ada warga yang sakit memerlukan pertolongan cepat ke Rumah Sakit mobilnya milih milih jalan dulu tidak

bisa cepat ke rumah sakit. tolong diperhatikan kembali bapak2 pejabat kabupaten Bandung kasihan mereka dicekoki janji2 palsu terus.jangan sampai masyarakat kecewa lagi dan hanya memendam marah tanpa harus tahu bagaimana?" wira - www.bandung-kab.go.id 23-03-2013, dan banyak keluhan lainnya.

Hal tersebut tentunya berdampak pada citra Pemerintah Kabupaten Bandung sendiri di mata masyarakat. Sangat dibutuhkan peran Manajemen Humas (*pubic relation*) dalam menangani banyaknya persoalan yang ada tersebut.

Namun keinginan Pemerintah Kabupaten Bandung untuk menata kembali pemerintahan adalah suatu hal yang tidak bisa dihindari ketika dihadapkan kepada situasi krisis ekonomi di dalam negeri serta dalam rangka menghadapi dan mengantisipasi tantangan ke depan.

Dalam masalah seperti ini, seorang *Public Relation Officer* (PRO) atau Humas mempunyai peranan penting untuk menangani masa krisis tersebut, mengingat masa krisis dapat berdampak negatif terhadap citra Pemerintah Kabupaten Bandung, sehingga dapat dikatakan *Public Relation* merupakan fungsi manajemen yang strategis. Agar fungsi strategis ini dapat dijalankan dengan baik, posisi devisi atau bidang *Public Relation* harus di bawah pimpinan puncak (*top manajemen*), sehingga mempunyai kewenangan yang memungkinkan fungsi tersebut dapat di jalankan secara efektif. Berdasarkan persoalan tersebut maka dianggap penting dilakukan penelitian mengenai **"Strategi Humas Pemerintah Kabupaten Bandung Dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Daerah"**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini adalah **"Bagaimana Strategi Humas**

Pemerintah Kabupaten Bandung Dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Daerah”. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini secara rinci adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana subjek sasaran Humas Pemerintah Kabupaten Bandung Dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Daerah?
2. Bagaimana kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Bandung Dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Daerah?
3. Bagaimana hasil yang dicapai melalui penerapan strategi Humas Pemerintah Kabupaten Bandung Dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Daerah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dirumuskan di atas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui sasaran Humas Pemerintah Kabupaten Bandung Dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Daerah?
2. Untuk mengetahui kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Bandung Dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Daerah?
3. Untuk mengetahui bagaimana hasil yang dicapai melalui penerapan strategi Humas Pemerintah Kabupaten Bandung Dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Daerah?

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya bidang kehumasan mengenai kemampuan *Public Relation* dalam mengatasi krisis citra pemerintah, serta sebagai data empiris dalam mengembangkan *internal relation* dan penelitian komunikasi.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang berguna bagi Humas Pemerintah Kabupaten Bandung dalam mengatasi krisis citra pemerintahan, serta sebagai masukan bagi para praktisi Humas sebagai salah satu saran untuk meningkatkan kemampuan manajemen

E. Kerangka Pemikiran

Sesuai dengan rumusan masalah bahwa fokus penelitian yaitu bagaimana strategi manajemen Pemerintah Kabupaten Bandung dalam mengatasi krisis citra, maka untuk memperjelas hal tersebut perlu diketahui terlebih dahulu mengenai istilah-istilah tersebut.

Kata strategi mempunyai pengertian yang terkait dengan hal-hal seperti kemenangan, kehidupan atau daya juang. Artinya menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan mampu atau tidaknya pemerintahan menghadapi tekanan yang muncul dari dalam maupun dari luar. Kalau dapat ia akan terus hidup dan kalau tidak maka ia akan mati seketika (Kasali, 2000:35). Strategi pun bisa berkait

dengan kegiatan militer sehingga pernah dimaknai sebagai “seni para jendral” strategi juga diartikan sebagai keterampilan manajerial (administrasi, kepemimpinan, orasi, dan kekuasaan) Menurut James Brian Quinn, strategi diartikan sebagai pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan pokok, kebijakan dan serangkaian tindakan sebuah organisasi ke dalam satu kesatuan yang kohesif (Iriantara, 2004:11).

Manajemen berasal kata dari Manage dan dalam bahasa latin Manus yang berarti memimpin, mengenai, mengatur dan membimbing. Kemudian *G.R Terry* mendefinisikan manajemen yaitu “sebuah proses yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengordinasian, pengingatan dan pengawasan serta mencapai sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya”. Pengertian manajemen secara etimologi yaitu kegiatan pengaturan pencapaian tujuan dengan menggunakan upaya bersama.

Istilah Humas itu sendiri adalah keseluruhan upaya yang di lakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu pemerintahan dengan segenap kalayaknya. Sedangkan Y.C Seidel, mengemukakan bahwa *Public Relation* adalah proses yang berkelanjutan dari usaha-usaha manajemen untuk memparoleh *goodwill* dan pengertian dari langganan, pegawai dan publik pada umumnya. Ke dalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan pada diri sendiri dan keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan.

Adapun strategi humas yaitu sebagai pendekatan sistematis terhadap tanggung jawab umum manajemen yang berdasarkan terus meningkat. Artinya

untuk memposisikan dan mengaitkan perusahaan dengan lingkungannya dengan cara yang akan menjamin keberhasilan pemerintah dan mengamankan pemerintahan dari ketidak terdugaan. Sedangkan Hunger, menyatakan bahwa strategi manajemen humas adalah serangkaiyan putusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja jangka panjang pemerintahan. Manajemen stratetgi merupakan jawaban atas tantangan masa depan ketak terdugaan, kompleks dan penuh kebaruan (Iriantara, 2004:3)

Manajemen dalam kontek strategi mempunyai peran untuk membantu pemerintah menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan lingkungan usaha. Istilah strategi manajemen sering pula disebut sebagai rencana strategis atau rencana jangka panjang pemerintahan (Soemirat & Elvinaro, 2003:86-90).

Sedangkan citra sangat berkaitan erat dengan opini yang berkembang di masyarakat, apalagi jika opini tersebut telah menjadi opini publik, hal itu tidak bisa dianggap remeh oleh pemerintah, karena baik dan buruknya opini yang berkembang hal itu akan berdampak pada citra pemerintah. Jika opini yang berkembang itu baik maka citra dari pemerintahan akan baik juga, tentu akan berakibat positif bagi perkembangan pemerintahan dan hal ini sangat menguntungkan. Tetapi jika sebaliknya opini yang berkembang itu buruk maka secara otomatis citra dari pemerintah akan buruk pula, keadaan secara ini tentunya akan merugikan bagi perusahaan yang bersangkutan sebab publik menjadi antipati terhadap pemerintah.

Menurut Ruslan (1999:62) bahwa citra positif dari suatu pemerintahan merupakan tujuan utama yang sekaligus juga merupakan tujuan utama yang

sekaligus juga merupakan reputasi dan prestasi yang harus dicapai bagi dunia Hubungan Masyarakat. Citra yang bersifat abstrak tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik dan buruk, seperti penerima dan tanggapan, baik positif maupun yang negatif yang datang dari publik. (Kasali, 1999:62).

Penelitian atau tanggapan masyarakat terhadap suatu pemerintahan dapat dilihat dari sikap atau tingkah lakunya seperti rasa hormat, kesan-kesan yang baik dan hal lain yang menguntungkan terhadap suatu citra dari pemerintahan atau kebijakan dan pelayanan yang diwakili oleh Humasnya.

Landasan dari sebuah citra itu berakar dari “nilai-nilai pemerintahan” yang konkritnya diberikan secara individual dan merupakan pandangan atau persepsi, serta terjadinya proses akumulasi dari amanah kepercayaan yang telah diberikan oleh individu-individu tersebut akan mengalami suatu proses cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini publik yang lebih luas dan abstrak yang sering dinamakan citra (Ruslan, 1999:63).

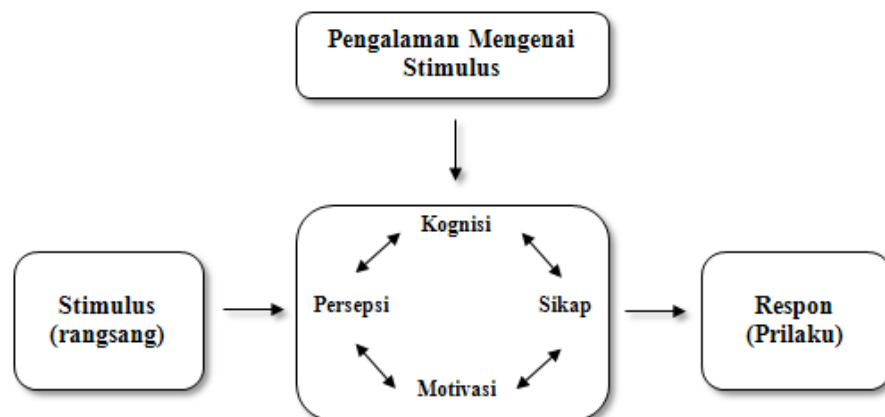
Citra adalah kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan dan pemahaman itu sendiri muncul karena adanya suatu informasi. Seorang praktisi PR harus dapat menegakkan citra dari pemerintah yang diwakilinya agar tidak menimbulkan kesalah pahaman dan tidak melahirkan isu-isu yang dapat merugikan. Citra yang baik dimaksudkan agar organisasi dapat tetap hidup dan orang-orang didalamnya dapat berkreatifitas dengan baik serta dapat memberikan manfaat kepada orang lain. Menurut Kasali (2000:30) citra berkaitan erat dengan persepsi, sikap dan opini orang perseorangan di dalam kelompok-kelompok *stakeholders* dan semua itu merupakan unsur-unsur terbentuknya opini publik.

Frank Jefkins, dalam bukunya *Publik Reations* (1995) dalam buku lainnya *Essential of Publik Relations* (1998) mengemukakan jenis-jenis citra, antara lain:

1. *The mirror image* (cerminan citra), yaitu bagaimana dugaan (citra) manajemen terhadap publik eksternal dalam melihat perusahaannya.
2. *The current image* (citra masih hangat), yaitu citra yang terdapat pada publik eksternal, yang berdasarkan pengalaman atau menyangkut miskinnya informasi dan pemahaman publik eksternal. Citra ini bisa saja bertentangan dengan *mirror image*.
3. *The wish image* (citra yang diinginkan), yaitu manajemen menginginkan pencapaian prestasi tertentu. Citra ini diaplikasikan untuk sesuatu yang baru sebelum publik eksternal memperoleh informasi secara lengkap.
4. *The multiple image* (citra yang berlapis), yaitu sejumlah individu, kantor cabang atau perwakilan perusahaan lainnya dapat membentuk citra tertentu yang belum tentu sesuai dengan keseragaman citra seluruh organisasi atau perusahaan. (Soemirat, Elvinaro, 2002:117)

Adapun Model Pembentukan Citra yang dijelaskan oleh **John S. Nimpoeno** adalah sebagai berikut:

Gambar 1.1.
Model Pembentukan Citra



Sumber: Soemirat & Ardianto, 2002: 115.

Model Pembentukan Citra memperlihatkan bahwa Humas merupakan suatu proses yang terdiri dari *input* dan *output*. Proses internal dalam model ini adalah pembentukan citra, dengan input berupa stimulus yang diberikan dan output berupa tanggapan atau perilaku tertentu. Citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap.

Hal tersebut didukung oleh pendapat **Jalaluddin Rakhmat** yang mengatakan bahwa:

“... Proses psikodinamis yang berlangsung pada individu konsumen berkisar antara komponen persepsi, kognisi, motivasi dan sikap konsumen terhadap produk. Keempat komponen itu sendiri diartikan sebagai mental *representatio* (citra) dari stimulus”. (Rakhmat, 1986: 9-10).

Adapun arti dari keempat komponen dalam Model Pembentukan Citra adalah sebagai berikut:

1. Kognisi adalah keyakinan diri pada individu terhadap stimulus;
2. Persepsi adalah hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan;
3. Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai;
4. Motivasi adalah keadaan dalam diri individu yang mendorong keinginan untuk melakukan kegiatan guna mencapai suatu tujuan.

(Soemirat dan Ardianto, 2002: 116).

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan pada beberapa pertimbangan. Diantaranya, Pemerintah Kabupaten Bandung yang bertempat di Komplek Pemda Kabupaten Bandung Jl. Raya Soreang KM. 17 ini, merupakan salah satu

pemerintahan daerah tingkat II membawahi 31 kecamatan sekabupaten bandung. Tentunya membutuhkan manajemen ideal untuk menjalankan roda pekerjaannya. Karena persoalan erat sekali hubungannya dengan masyarakat terutama dalam masalah citra. Dengan itu, baik buruknya citra Pemerintah Kabupaten Bandung ini sangat tergantung pada manajemen humas (*Public Relation*) yang ada.

2. Metode Penelitian

Peneliti ini menggunakan metode deskriptif analisis, dimana peneliti tidak hanya menggambarkan atau menjelaskan masalah-masalah yang diteliti sesuai dengan fakta, tetapi juga didukung oleh pernyataan-pernyataan dengan melakukan wawancara dengan pihak pemerintahan dalam hal ini yang berperan adalah bidang Humas. Kemudian data dikumpulkan, disusun, dijelaskan dan dianalisa disertai dengan pemecahan masalah atau solusi sesuai dengan masalah yang diteliti. Tujuan penggunaan metode ini adalah untuk melakukan secara sistematis mengenai fakta dan karakter secara faktual dan cermat.

3. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif terkait dengan data Strategi Humas Pemerintah Kabupaten Bandung dalam meningkatkan citra pemerintahan daerah.

4. Sumber Data

Secara umum sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Adapun sumber data primer yang dimaksud di sini yaitu segala informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian yang bersumber dari tangan pertama yakni Pemerintah Kabupaten Bandung, baik berupa pandangan, sikap, dan lain-lain. Sementara sumber data sekunder dimaksudkan sebagai penunjang data

primer penelitian seperti, pihak pegawai dinas lain, kliping berita, majalah, *Company profil*, buku-buku dan catatan-catatan yang berkaitan dengan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Penelitian melakukan pengamatan nonpartisipasi (*nonparticipant observation*) yakni observasi pengumpulan data dan informasi tanpa menitik beratkan diri atau tidak menjadi bagian dari lingkungan objek penelitian. Peneliti hanya memperhatikan gejala-gejala atau fenomena kemudian mencatatnya dalam buku observasi. Observasi dilakukan terhadap proses kerja bagian Humas Pemerintahan Kabupaten Bandung

b. Wawancara

Teknik wawancara yang dilakukan adalah wawancara mendalam (*depth interview*) atau wawancara terstruktur yang bertujuan untuk mengetahui pandangan personal subjek penelitian.

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan terhadap pihak Humas Pemerintahan Kabupaten Bandung. Hal-hal yang ditanyakan yaitu berkaitan dengan siapa saja sasaran, kegiatan komunikasi apa saja dan bagaimana hasil penerapan strategi Humas Pemerintahan Kabupaten Bandung. Pengambilan sumber data ini dilakukan karena sumber data merupakan unsur dari strategi dan dalam pengorganisasiannya sumber data ini merupakan bagian strategi yang tertinggi.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik terakhir dalam pengumpulan data sekunder yang bersifat tercetak (*printed*) yang bertujuan untuk melengkapi data-data tambahan penelitian, seperti *company profile* (profil pemerintahan), buku-buku, majalah, tulisan, dan sebagainya.

6. Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah data terkumpul. Analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema, maka dalam penelitian ini analisis data yang dilakukan menggunakan analisis data kualitatif.

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari observasi dan wawancara. Setelah dibaca, dipelajari dan ditelaah, maka langkah berikutnya mengadakan reduksi data yang dilakukan dengan cara membuat abstraksi. Langkah selanjutnya adalah menyusunnya dalam satuan-satuan itu kemudian dikategorisasikan pada langkah berikutnya. Tahapan akhir dari analisis data ini adalah mengadakan pemeriksaan keabsahan data serta mengambil kesimpulan.

Analisis data dilakukan dengan lima cara, yaitu :

- a. Klasifikasi dan kategorisasi data.
- b. Reduksi data, adalah pengetikan ulang dari semua data dan uraian yang terarah sistematis.
- c. Display data, adalah paparan data disertai analisis awal.
- d. Mencari hubungan data dengan teori-teori dalam studi kepustakaan.

- e. Kesimpulan dan verifikasi, data yang sudah dikumpulkan kemudian dijadikan sebuah laporan tertulis.

