

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bagi organisasi/perusahaan yang paham akan pentingnya citra akan berusaha dengan sebaik mungkin dalam membangun citra. Citra dikatakan penting karena merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk dibenak masyarakat tentang perusahaan tersebut. Citra biasanya menyangkut karakteristik suatu organisasi yang nantinya akan membentuk citra dalam persepsi masyarakat. Citra yang dibangun berdasarkan pada manfaat yang dibutuhkan dan diinginkan oleh masyarakat.

Citra terkait dengan identitas perusahaan, terbentuk dari wujud jati diri organisasi yang ditampilkan melalui simbol-simbol berupa logo, warna perusahaan, gaya dan warna bangunan, seragam, nilai-nilai internal, serta informasi yang tersedia yang membedakan perusahaan tersebut dengan perusahaan lain. Lewat identitas perusahaan diyakini memiliki keterkaitan antara kultur budaya yang diusung oleh organisasi/perusahaan serta citra organisasi sebagai faktor penentu kesuksesan dari suatu organisasi.

Citra merupakan gambaran mengenai sesuatu yang menghasilkan penilaian atau tanggapan publik, sebagai tindak lanjut dari pencitraan tersebut kemudian dapat menimbulkan rasa hormat, kesan-kesan yang baik dan menguntungkan terhadap suatu *image* perusahaan. Citra adalah bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komitmen atau aktivitas, biasanya landasan

citra itu berakar dari “nilai-nilai kepercayaan” yang konkretnya diberikan secara individual, dan merupakan pandangan atau persepsi.

Bagi masing-masing organisasi citra merupakan poin yang sangat penting untuk dimiliki, memiliki citra yang baik berarti memiliki aset dalam menunjang keberhasilan terutama dalam kegiatan bisnis, selain itu, citra digunakan sebagai pelindung bagi organisasi yang melakukan kesalahan kecil, kualitas teknis atau fungsional.

Citra merupakan tujuan dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai. Citra merupakan sesuatu yang abstrak dan tidak dapat diukur secara sistematis, namun wujudnya dapat dirasakan dari hasil penilaian baik dan buruk yang datang dari khalayak atau masyarakat luas. Penilaian atau tanggapan tersebut dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat (*respect*), kesan-kesan yang baik yang berakar pada nilai-nilai kepercayaan, keberhasilan perusahaan membangun citra dipengaruhi oleh berbagai macam faktor.

Citra begitu penting bagi sebuah organisasi dikarenakan citra positif dapat memberikan kemudahan bagi organisasi/perusahaan untuk berkomunikasi dan mencapai tujuan secara efektif, sedangkan citra negatif sebaliknya. Citra positif dapat digunakan sebagai pelindung terhadap kesalahan kecil, kualitas teknis atau fungsional sedangkan citra negatif dapat memperbesar kesalahan tersebut. Citra menggambarkan pengalaman dan harapan publik ataupun masyarakat atas kualitas pelayanan lembaga dan citra mempunyai pengaruh penting terhadap manajemen atau dampak internal, dimana citra lembaga pemerintah yang kurang jelas dan nyata dapat mempengaruhi sikap internal lembaga.

Tugas lembaga dalam membentuk citranya adalah dengan mengidentifikasi citra seperti apa yang ingin dibentuk di mata publik atau masyarakatnya. Citra yang ideal adalah citra yang benar, yakni sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya, itu berarti citra bukanlah hanya dipoles agar lebih indah dari warna aslinya, karena itu dapat mengacaukan. Citra yang sesungguhnya dapat dimunculkan kapan saja, termasuk ditengah terjadinya musibah atau suatu yang buruk, caranya adalah dengan menjelaskan secara jujur apa yang menjadi penyebabnya, baik itu informasi yang salah atau suatu perilaku yang keliru.

Membangun citra secara sederhana diartikan bahwa dalam proses kehidupan kita selalu mempunyai cita-cita atau tujuan agar hal yang ingin kita raih bisa terwujud. Salah satunya kita harus mencoba memahami bahwa kita ini sebenarnya mau dicitrakan seperti apa dan itu akan terbentuk seiring bergulirnya waktu. Sehingga kalau kita lihat dalam organisasi, sumber daya kita terbatas karena sudah kita pakai atau sudah tidak relevan. Sedangkan pada lingkungan sekitar kita akan selalu mengalami perubahan. Saat kondisi sumber daya kita terbatas, kita perlu melakukan eksplorasi atau pengembangan lingkungan yang cepat. Akhirnya banyak perusahaan yang mengambil strategi yang disebut dengan *image building*.

Positif atau negatif, biasanya publik cenderung lebih menyenangi citra yang positif, itu terjadi karena citra yang didapat oleh perusahaan tersebut nyata dan fakta sudah dapat diterima oleh publik. Citra tidak terlihat sebagai bentuk fisik, tetapi citra bisa dirasakan. Perusahaan dalam membentuk citra positif tentunya

membutuhkan alat, alat tersebut bisa berupa langkah, cara, motivasi, atau bahkan strategi, alat yang dipakai haruslah bersifat terencana dan terus menerus.

Membentuk citra berarti menciptakan sebuah citra dari yang belum ada menjadi ada. Pembentukan dimulai dari nol dengan membawa visi dan misi perusahaan atau organisasi yang nantinya akan mengiringi kemanakah citra ini akan dibentuk, tentunya dalam membentuk citra wajib memiliki tahap-tahap atau proses untuk mencapai tujuannya. Membentuk citra berarti melalui pembentukan dari awal.

Citra lembaga terbentuk dan terbangun oleh banyak hal, hal-hal positif yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan antara lain adalah sejarah atau riwayat perusahaan yang gemilang, citra kehumasan bersumber dari kesan dan impresi yang benar. Citra positif merupakan citra yang diinginkan oleh pihak manajemen, citra ini juga tidak sama dengan citra sebenarnya. Citra biasanya diharapkan lebih baik atau lebih menyenangkan dari pada citra yang ada, walaupun dalam keadaan tertentu citra yang terlalu baik juga merepotkan, namun secara umum yang disebut sebagai citra adalah sesuatu yang berkonotasi baik.

Proses akumulasi dan amanah kepercayaan yang diberikan oleh individu-individu tersebut akan mengalami suatu proses cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini publik yang lebih luas, yaitu sering dinamakan citra (*image*). Stimulus (rangsangan) diberikan kepada masyarakat kemudian akan dilanjutkan ke tahap berikutnya yakni melakukan persepsi dimana persepsi ini memberikan makna terhadap rangsangan berdasarkan pengalamannya mengenai objek.

Kognisi selanjutnya akan dilakukan dimana ia mengerti akan rangsangan yang diberikan, setelah itu muncul dorongan untuk melakukan suatu kegiatan tertentu atau biasa disebut dengan motif atau motivasi, terakhir muncullah sikap, yang merupakan kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan terdapat perasaan mendalam menghadapi objek, ide, situasi, dan nilai.

Pangandaran merupakan wilayah yang terkenal sebagai kota wisata, dikarenakan pangandaran memiliki beberapa objek wisata yang terkenal dan salah satunya adalah pantai sebagai objek wisata andalan. Pangandaran yang baru saja memekarkan diri menjadi sebuah kabupaten baru, tentunya juga baru memulai berbenah dalam sistem pemerintahannya. Bagi sebuah organisasi/lembaga pemerintah yang baru terbentuk tentunya sangat penting untuk membangun citra yang baik dan positif untuk kelangsungan suatu lembaga, citra yang baik tentunya tidak langsung terbentuk begitu saja dengan mudah, melainkan perlu adanya strategi-strategi khusus yang harus dilakukan oleh pemerintahan kabupaten Pangandaran untuk membangun citra yang positif di mata masyarakat. Kabupaten Pangandaran sebagai tempat destinasi wisata baik lokal maupun internasional tentunya harus mempunyai citra yang positif untuk menarik minat wisatawan dan juga para investor-investor untuk berinvestasi di Pangandaran.

Kabupaten Pangandaran terbentuk berdasarkan sidang Paripurna DPR RI dan Menteri Dalam Negeri, Kamis, 25 Oktober 2012, Kabupaten Pangandaran disetujui menjadi kabupaten baru sebagai pemekaran dari Kabupaten Ciamis Jawa Barat. Pangandaran dikenal sebagai kota wisata karena begitu banyaknya tempat wisata yang ada di Pangandaran terutama pantai. Pemerintahan Sekretariat Daerah

Kabupaten Pangandaran merupakan induk dari sistem pemerintahan yang ada di kabupaten Pangandaran. Sebagai induk pemerintahan, sekretariat daerah tentunya di tuntut mempunyai citra yang positif dimata publik atau masyarakatnya. Citra yang positif/baik tentunya tidak terbentuk begitu saja, melainkan perlu strategi-strategi khusus yang harus dilakukan untuk membentuk atau membangun citra tersebut.

Sekretariat Daerah merupakan unsur staf Pemerintah Daerah dipimpin oleh Sekretaris Daerah yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada bupati. Sekretariat Daerah mempunyai tugas membantu bupati dalam menyusun kebijakan dan mengkoordinasikan Dinas Daerah dan Lembaga Teknis Daerah. Lembaga Teknis Daerah sebagaimana dimaksud, termasuk Satuan Polisi Pamong Praja dan Kecamatan/Kelurahan. Menjadi induk pemerintahan tentu menjadi sorotan oleh publik dan masyarakat karena di tuntut menjadi corong pemerintahan yang baik. Sebagai induk pemerintahan yang dapat dikatakan belum lama berdiri Sekretariat Daerah tentunya harus mempunyai citra yang positif atau baik, citra positif tentunya tidak begitu saja dapat terbentuk/terwujud, melainkan perlu adanya langkah-langkah dan strategi-strategi khusus yang harus dilakukan oleh Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran yang dalam hal ini merupakan tugas dari *Public Relations Officer* untuk menciptakan dan membangun citra yang positif. *Public relations* Sekretariat Daerah Kabupaten pangandaran dalam proses pembangunan citra (*image building*) melakukan beberapa kegiatan yaitu, dengan menjalin hubungan baik dengan media (*media relations*) yang bertujuan nantinya untuk meminimalisir pemberitaan negatif tentang Sekretariat Daerah, dan *public*

relations/humas Sekretariat Daerah juga menggunakan media sosial untuk menjalin hubungan yang baik dengan publik/masyarakat, dimana media sosial tersebut dijadikan untuk memberikan informasi dan kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh Sekretariat Daerah dan juga dijadikan media/sarana komunikasi dua arah yang efektif supaya masyarakat dapat menyampaikan opininya.

Praktisi humas mempunyai tugas dan fungsi salah satunya adalah untuk membangun, memelihara, dan meningkatkan citra suatu organisasi, perusahaan, maupun lembaga. Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran harus mempunyai strategi-strategi khusus untuk membentuk/membangun citra yang baik/positif kepada publiknya, karena dengan suatu lembaga mempunyai citra yang positif tentunya akan berdampak positif kepada nilai lebih dari publik kepada lembaga. Humas setda Pangandaran dapat menciptakan citra untuk meningkatkan nama baik atau identitas organisasi dan kepercayaan publiknya. *Image building* merupakan sesuatu yang sangat penting bagi lembaga yang baru saja berdiri, dan merupakan tugas dari praktisi humas. Baik buruknya citra yang dimiliki suatu lembaga tergantung kepada bagaimana strategi yang dilakukan oleh praktisi humas.

Menciptakan citra yang positif merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas *public relations* dalam melaksanakan perannya di perusahaan yang diwakilinya. *Public relations* diperhitungkan sebagai langkah terbaik perusahaan dalam menjaga dan memelihara citra mereka dalam lembaga pemerintahan, *public relations* diharapkan mampu menciptakan citra positif kepada publiknya hingga tetap loyal dan percaya pada kredibilitas

lembaga. Dalam melaksanakan perannya, *public relations* juga membutuhkan perencanaan yang cukup baik dalam menyusun yang akan digunakan. Namun, dalam menentukan strategi juga dibutuhkan pertimbangan tentang faktor situasi yang sedang terjadi agar mampu melewati berbagai masalah dan krisis, sesuai dengan kondisi perusahaan yang sedang dihadapi. Strategi *public relations* yang dilakukan saat krisis diharapkan membuahkan hasil saat krisis usai, namun tidak menutup kemungkinan sebelum krisis berakhir, perusahaan telah mencapai hasil yang diinginkan.

Citra lembaga dipertaruhkan betul ditangan Humas, jika Humas mampu melaksanakan tugas dan fungsinya secara baik, otomatis lembaga akan ikut terdongkrak citra positifnya dimata masyarakat. Karena itu, keberadaan Humas menjadi titik sentral bagi terbangunnya citra lembaga. Banyak cara yang dilakukan agar sebuah lembaga mendapatkan citra positif. Begitu pula Sekretariat Daerah kabupaten Pangandaran yang saat ini gencar melakukan berbagai kegiatan dalam rangka membangun citra positif agar semakin dikenal tidaknya oleh masyarakat dan publiknya.

1.2 Perumusan Masalah

Peneliti dibatasi sesuai uraian latar belakang penelitian diatas, maka fokus penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran Dalam Membangun Citra”

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana Langkah-langkah *Public Relations* Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran Dalam Membangun Citra?

2. Bagaimana Inovasi Program *Public Relations* Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran Dalam Membangun Citra?

1.4 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk Mengetahui Langkah-langkah *Public Relations* Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran Dalam Membangun Citra
2. Untuk Mengetahui Inovasi Program *Public Relations* Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran Dalam Membangun Citra

1.5 Kegunaan penelitian

Berdasarkan pada perumusan masalah dan tujuan penelitian, maka kegunaan dari penelitian ini dapat dilihat dari dua sisi, yaitu :

1.5.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan informasi yang aktual bagi perkembangan informasi yang didasarkan pada studi kasus dan serta dapat menggambarkan tentang Membangun Citra (*Image Building*) yang meliputi aspek strategi. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya studi-studi tentang *Image Building* yang berbasis pada pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme.

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan mahasiswa, serta dapat berguna sebagai bahan referensi dalam penulisan dimasa yang akan datang. Khususnya bagi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi bidang Hubungan

Masyarakat Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi Pemerintahan Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran sebagai sumbangan pemikiran positif mengenai strategi pembangunan citra Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran dan sumbangan serta masukan terhadap teori-teori yang didapati dari hasil penelitian bagi praktisi yang melaksanakan, terutama bidang Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran.

1.6 Kajian Penelitian Terdahulu

Peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterikatan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan sehingga peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai, sehingga penelitian ini lebih kaya dan dapat memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai objek-objek tertentu, sehingga kendati terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah hal yang lumrah dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Lowina Mindasari Br. Ginting mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang berjudul *Strategi Public Relations* Pemerintah Daerah kabupaten Karo Dalam Membentuk Citra Positif. Hasil penelitian diketahui bahwa strategi *public relations* yang digunakan humas

pemkab karo dalam membentuk citra positif adalah media relations. Humas menyadari pentingnya peran media massa dalam membentuk citra pemkab Karo. Tujuan humas pemkab Karo memilih *media relations* sebagai strategi supaya pemberitaan negatif mengenai pemkab Karo dan bupati Karo di media massa berkurang bahkan tidak ada, yang ada adalah pemberitaan positif mengenai pemkab Karo. Dalam menentukan strategi *public relations*, humas pemkab Karo melakukan empat tahap perencanaan. Pertama, tahap riset strategi, kedua tahap strategi, ketiga tahap taktik, keempat tahap riset kesimpulan.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Kirana Ambarwati mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berjudul peran dan strategi *public relations* dalam membangun citra PT Angkasa Pura 1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *public relations* PT Persero Angkasa Pura 1 cabang bandara internasional Adusutjipto menjalankan keempat kategori peran sesuai konsep Dozier dan Broom, yakni sebagai penasehat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator proses pemecahan masalah, dan teknisi komunikasi. Sedangkan strategi yang dijalankan dalam membangun citra adalah dengan *Take Off strategy* yang langkah dan implementasinya sesuai dengan model implementasi strategi yang dimasukan oleh Samuel C. Certo & J. Paul Peter.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Asri Wulandari mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang berjudul Strategi Komunikasi komunitas Klub Motor Dalam Pembentukan Citra. Hasil penelitian menemukan bahwa komunitas klub motor juga mempunyai peran dalam masyarakat. Mereka selalu mengadakan

bakti sosial dan membantu masyarakat yang sedang terkena musibah atau bencana.

Keempat, penelitian dilakukan Carissa Belinda Pfaff mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang berjudul *Strategi Public Relations PT Bumi Serpong Damai Tbk Dalam Mengelola hubungan Dengan Pers Media cetak untuk mempertahankan citra Positif*. Hasil penelitian adalah PT BSD Tbk mengimplementasikan salah satu strategi *media relations* dalam mempertahankan citra positif seperti, mengelola relasi yang dilakukan dengan menjalin hubungan baik dengan institusi media massa beserta para wartawan. Selanjutnya mengembangkan strategi, dilakukan dengan menempatkan sumber daya manusia yang tersedia sesuai dengan kekuatan dan kemampuan yang dimiliki sedangkan mengembangkan jaringan dilakukan dengan mulai dari media lokal sampai media nasional bahkan internasional, penetapan strategi *media relations* yang dilakukan oleh PT BSD Tbk berdasarkan analisis SWOT.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Eyawani Elysa Lubis mahasiswa Universitas Riau, yang berjudul *Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah Pekanbaru*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran Humas Sekretariat daerah provinsi Riau berdasarkan pada peraturan daerah Nomor 2 tahun 2005 belum dilaksanakan secara optimal karena pencapaian informasi cenderung satu arah. Faktor penghambat Humas setda provinsi Riau dalam pembentukan citra positif antara lain sumber daya manusia, faktor politis, struktur

organisasi yang ada di pemerintah provinsi Riau, kurang memadainya infrastruktur untuk menunjang kegiatan kehumasan dan kurangnya koordinasi.

No	Nama Peneliti	Judul	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Teori Penelitian	Hasil Penelitian
1	Lowina Mindasari Br. Ginting mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta	Strategi <i>Public Relations</i> Pemerintah Daerah kabupaten Karo Dalam Membentuk Citra Positif	Untuk mengetahui bagaimana strategi pemerintahan daerah kabupaten Karo dalam membentuk citra positif	Kualitatif	Konstruktivisme	Hasil penelitian diketahui bahwa strategi <i>public relations</i> yang digunakan humas pemkab Karo dalam membentuk citra positif adalah <i>media relations</i> . Humas menyadari pentingnya peran media massa dalam membentuk citra pemkab Karo. Tujuan humas pemkab Karo memilih <i>media relations</i> sebagai strategi supaya pemberitaan negatif mengenai pemkab karo dan bupati karo di media massa berkurang bahkan tidak ada, yang ada adalah pemberitaan positif mengenai pemkab Karo. Dalam menentukan strategi <i>public relations</i> , humas pemkab karo melakukan empat tahap perencanaan. Pertama, tahap riset strategi, kedua tahap strategi, ketiga tahap taktik, keempat tahap riset kesimpulan.

2	Kirana Ambarwati UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2009)	Peran dan Strategi <i>Public Relations</i> dalam Membangun Citra (Studi Deskriptif pada PT Angkasa Pura I Kantor Cabang Bandar Udara Internasional Adisutjipto)	Untuk menjelaskan bentuk peran dan strategi yang digunakan oleh PR PT Angkasa Pura I cabang Bandara Adisutjipto dalam membangun citra bandara	Kualitatif	Konstruktivisme	PR PT Angkasa Pura menjalankan empat kategori peran sesuai konsep Dozier & Broom yaitu, sebagai penasihat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator proses pemecahan masalah dan teknisi komunikasi, sedangkan strategi yang dijalankan dalam membangun citra adalah dengan <i>take off strategy</i> yang langkah dan implementasinya sesuai dengan model implementasi strategi yang dirumuskan oleh Samuel C Certo & J Paul Peter
3	Asri Wulandari mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta	Strategi Komunikasi komunitas Klub Motor Dalam Pembentukan Citra.	Untuk mengetahui bagaimana strategi pembentukan citra yang dilakukan oleh klub motor	Kualitatif	Konstruktivisme	Hasil penelitian menemukan bahwa komunitas klub motor juga mempunyai peran dalam masyarakat. Mereka selalu mengadakan bakti sosial dan membantu masyarakat yang sedang terkena musibah atau bencana.
4	Carissa Belinda Pfaff mahasiswa ilmu komunikasi	Strategi <i>Public Relations</i> PT Bumi Serpong Damai Tbk	Untuk mengetahui bagaimana strategi PT BSD Tbk Dalam Mengelola hubungan Dengan	Kualitatif	Konstruktivisme	Hasil penelitian adalah PT BSD Tbk mengimplementasikan salah satu strategi <i>media relations</i> dalam

	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta	Dalam Mengelola hubungan Dengan Pers Media cetak untuk mempertahankan citra Positif.	Pers Media cetak untuk mempertahankan citra Positif.			mempertahankan citra positif seperti, mengelola relasi yang dilakukan dengan menjalin hubungan baik dengan institusi media massa beserta para wartawan. Selanjutnya mengembangkan strategi, dilakukan dengan menempatkan sumber daya manusia yang tersedia sesuai dengan kekuatan dan kemampuan yang dimiliki sedangkan mengembangkan jaringan dilakukan dengan mulai dari media lokal sampai media nasional bahkan internasional, penetapan strategi media relations yang dilakukan oleh PT BSD Tbk berdasarkan analisis SWOT.
5	Eyawani Elysa Lubis mahasiswa Universitas Riau	Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah Pekanbaru.	Untuk mengetahui bagaimana peran humas dalam membentuk citra pemerintah pekanbaru	Kualitatif	Konstruktivisme	Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran Humas Sekretariat daerah provinsi Riau berdasarkan pada peraturan daerah Nomor 2 tahun 2005 belum dilaksanakan secara optimal karena pencapaian informasi cenderung satu arah. Faktor pengahmbat Humas setda provinsi riau dalam pembentukan citra

						positif antara lain sumber daya manusia, faktor politis, struktur organisasi yang ada di pemerintah provinsi riau, kurang memadainya infrastruktur untuk menunjang kegiatan kehumasan dan kurangnya koordinasi.
--	--	--	--	--	--	---

Tabel 1.1

Penelitian Terdahulu

1.7 Kerangka Pemikiran

Suatu penelitian membutuhkan sebuah landasan untuk mendasari berjalannya suatu penelitian, termasuk penelitian kualitatif. Penelitian dimulai dengan memetakan bahan-bahan pendukung penelitian melalui kerangka pemikiran. Kerangka pemikiran merupakan landasan yang menjadi dasar dalam melakukan penelitian agar peneliti dapat fokus dan tidak melenceng pada permasalahan pokok.

Penelitian kualitatif memiliki sifat yang *flexible*, penelitian ini dimulai dengan menggambarkan konsep-konsep dan teori pendukung penelitian melalui kerangka pemikiran. Kerangka pemikiran merupakan landasan yang menjadi dasar dalam melakukan penelitian agar peneliti dapat fokus dan tidak melenceng pada permasalahan pokok.

1.7.1 Kerangka Konseptual

1.7.1.1 Strategi

Strategi merupakan arah dan cakupan jangka panjang organisasi untuk mendapatkan keunggulan melalui konfigurasi sumber daya alam dan lingkungan yang berubah untuk mencapai kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pihak yang berkepentingan (Gerry Johnson dan Kevan Scholes dalam Wasesa,2006:45).

Strategi merupakan arah dan cakupan jangka panjang organisasi untuk mendapatkan keunggulan melalui konfigurasi sumber daya alam dan lingkungan yang berubah untuk mencapai kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pihak yang berkepentingan (Gerry Johnson dan Kevan Scholes dalam Wasesa,2006:45).

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Strategi yang baik harus terdapat kerjasama yang baik dan juga harus mempunyai perencanaan yang matang, sehingga target-target yang dicapai bias terwujudkan dengan sempurna. Perencanaan yang strategis adalah proses yang dilakukan suatu organisasi untuk menentukan strategi atau arahan serta mengambil keputusan untuk mengalokasikan sumber dayanya (termasuk modal dan sumber daya manusia) untuk mencapai strategi ini. Perencanaan strategis (*Strategic Planning*) adalah sebuah alat manajemen yang digunakan untuk mengelola kondisi saat ini untuk melakukan proyeksi kondisi di masa depan.

Menurut Marrus (2002:31) strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar

tujuan tersebut dapat dicapai. Selanjutnya Quinn (1999:10) mengartikan strategi adalah suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh. Strategi diformulasikan dengan baik akan membantu penyusunan dalam pengalokasian sumber daya yang dimiliki perusahaan menjadi suatu bentuk yang unik dan dapat bertahan. Strategi yang baik disusun berdasarkan kemampuan internal dan kelemahan perusahaan, antisipasi perubahan dalam lingkungan, serta kesatuan pergerakan yang dilakukan oleh mata-mata musuh.

1.7.1.2 Strategi *Public Relations*

Dalam buku *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi, Konsep dan Aplikasi*, Rosady Ruslan mengambil kutipan dari Ahmad S. Adnanputra dalam Naskah *Public Relations* Strategi yang mengatakan bahwa arti strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan suatu produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang akhirnya perencanaan merupakan salah satu dari fungsi manajemen.

Adnanputra mendefinisikan strategi *Public Relations* sebagai “alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan *Public Relations* dalam kerangka suatu rencana *Public Relations (Public Relations Plans)*”.

Menurut Adnanputra juga menyebutkan bahwa komponen sasaran umumnya merupakan publik yang memiliki kepentingan yang sama terhadap instansi atau organisasi. Sedangkan komponen sasaran pada strategi *Public Relations* berfungsi untuk menggarap ketiga kemungkinan tersebut (ke arah posisi atau dimensi yang

menguntungkan, melalui pola dasar “*The 3-Cs Options*” (*Conservation, Change and Crystallization*) dari *stakeholder* yang disegmentasikan menjadi publik sasaran, yaitu: pertama, mengukuhkan (*Conservation*) terhadap yang proaktif (*proponen*). Kedua, mengubah (*change*) terhadap komponen yang kontraktif (*oponen*). Ketiga, mengkristalisasi (*crystallization*) terhadap komponen yang pasif (*uncommitted*)

1.7.1.3 Citra

“Citra Menurut G. Sach dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto(2007:171) citra adalah pengetahuan mengenai kita dan sikap-sikap terhadap kita yang mempunyai kelompok-kelompok yang berbeda. Pengertian citra ini kemudian disitir oleh Effendi dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:171) bahwa citra adalah dunia sekeliling kita yang memandang kita.”

Citra akan membentuk pengertian dari sekeliling yang memandang kita dimulai dari apa yang kita lakukan, apa yang kita kerjakan, sehingga kelompok-kelompok akan membuat pemahaman yang berbeda, dari apa yang kita lakukanlah dunia akan memberi penilaian tersendiri dari apa yang kita lakukan.

Citra adalah *image : the impression, the feeling, the conception which the public has of a company; a consciously created impression of an object, person or organization* (Citra adalah perusahaan, organisasi atau lembaga; kesan yang dengan sengaja diciptakan agar bernilai positif. Citra itu sendiri merupakan salah satu aset terpenting dari suatu perusahaan atau organisasi (Elvinaro : 2014 : 62). Pakar *Public Relation* dari Inggris mengatakan bahwa citra adalah kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil pengetahuan dan pengalamannya (dalam elvinaro :2014:62). Dalam kamus besar bahasa indonesia, pengertian citra adalah : (1) kata benda, gambar, rupa, gambaran (2)

gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk; (3) kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan sebuah kata, frase atau kalimat merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi.

1.7.1.4 Pembentukan Citra

Pencapaian citra positif merupakan tujuan setiap lembaga/perusahaan, untuk itu *image building* harus selalu dilakukan agar selalu mendapat perhatian dari publik sehingga lembaga/perusahaan dapat terus bertahan ditengah semakin ketatnya persaingan.

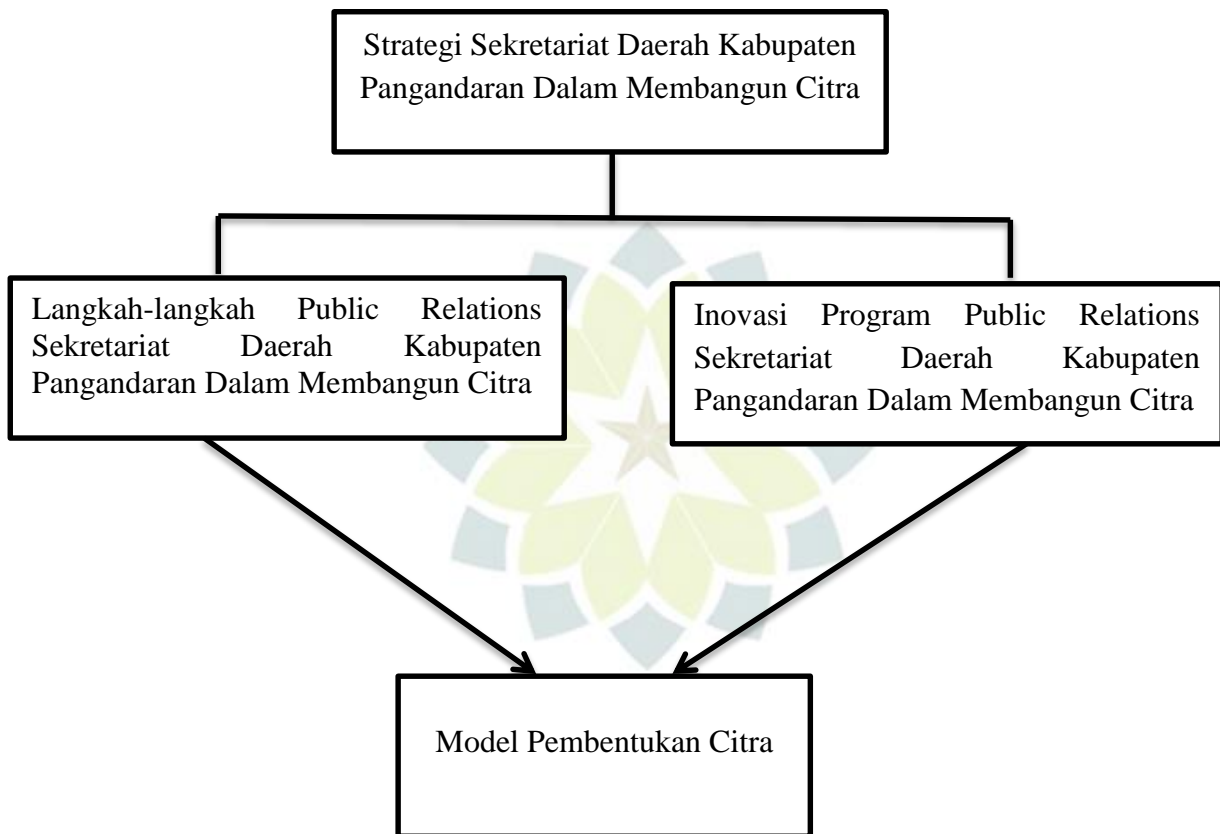
Citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Jadi menurut Sukatendel, citra itu dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif. Citra itu sendiri merupakan salah satu asset terpenting dari suatu perusahaan atau organisasi. (Ardianto, 2005:59)

Pengertian citra itu sendiri abstrak atau *intangible*, tetapi wujudnya bias dirasakan dari penilaian, penerimaan, kesadaran, dan pengertian, baik semacam tanda respek dan rasa hormat dari publik sekelilingnya atau masyarakat luas terhadap perusahaan sebagai suatu badan usaha ataupun terhadap personelnnya (dapat dipercaya, professional, dan dapat diandalkan dalam pemberian pelayanan yang baik).

Perusahaan, organisasi, badan, atau instansi saat ini, banyak sekali yang memahami perlunya memberi perhatian yang cukup untuk membangun suatu citra yang menguntungkan bagi suatu perusahaan, tidak hanya melepaskan diri terhadap terbentuknya suatu kesan publik yang bersifat negatif terhadap perusahaan, organisasi, badan, atau instansi yang bersangkutan. Dengan perkataan lain, citra perusahaan adalah *fragile commodity* (komoditas rapuh/mudah pecah).

Namun kebanyakan perusahaan juga meyakini bahwa citra perusahaan yang positif adalah *essential*, sukses yang berkelanjutan dan dalam jangka panjang.

1.7.2 Kerangka Berpikir



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG
Bagan 1.1
Kerangka Berpikir

1.8 Langkah-langkah Penelitian

1.8.1 Metode Penelitian

Paradigma adalah suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi para penganut dan praktisnya. Paradigm menunjukkan pada mereka apa yang penting, abash, dan masuk akal. Paradigm juga bersifat normatif, menunjukkan kepada praktisnya apa yang harus

dilakukan tanpa perlu melakukan pertimbangan eksistensi atau epistemologis yang panjang.

Paradigma yang digunakan oleh peneliti adalah paradig konstruktivis, yaitu paradig yang hampir merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigm ini memandang ilmu social sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku social yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia social mereka. Peneliti menggunakan paradig konstruktivis untuk mengetahui strategi sekreariat daerah kabupaten pangandaran dalam membangun citra.

Dalam penelitian ini peneliti memilih menggunakan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif analisis yaitu bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Pendekatan kualitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu), lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari, oleh karena itu urutan-urutan kegiatan dapat berubah sewaktu-waktu tergantung pada kondisi dan banyaknya gejala-gejala yang ditemukan.

Bogdan dan Taylor berpendapat bahwa pendekatan kualitatif ialah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dari pendapat tersebut peneliti merasa bahwa metode ini cocok untuk diaplikasikan pada

penelitian ini, karena peneliti menginginkan jawaban dari subjek penelitian berupa penjelasan detail tentang apa yang mereka rasakan.

Dari sebuah penyelidikan akan dihimpun data-data utama dan sekaligus data tambahannya. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan. Sedangkan data tertulis, foto, dan statistik adalah tambahan.

Peneliti, dalam penelitian ini menggunakan metode studi kasus, studi kasus adalah peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktivitas, terhadap satu atau lebih orang. Suatu kasus terikat oleh waktu dan aktivitas dan peneliti melakukan pengumpulan data secara mendetail dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data dan dalam waktu yang berkesinambungan.

Menurut Arief Furchan, dalam penelitian studi kasus yang ditekankan adalah pemahaman tentang mengapa subjek tersebut melakukan demikian dan bagaimana perilaku berubah ketika subjek tersebut memberikan tanggapan terhadap lingkungan dengan menemukan variabel penting dalam sejarah perkembangan subjek tersebut.

Studi kasus adalah penelitian tentang status subjek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan personalitas. Subjek penelitian bisa dari individu, kelompok, lembaga maupun masyarakat. Peneliti ingin mempelajari secara intensif latar belakang serta interaksi lingkungan dari unit-unit sosial yang menjadi subjek. Tujuan studi kasus adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter-karakter yang khas dari kasus, ataupun status dari individu, yang

kemudian dari sifat-sifat khas tersebut akan dijadikan suatu hal yang bersifat umum.

1.8.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi kepada dua bagian, yaitu sebagai berikut:

1. Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber asli. Data primer dapat berupa opini subjek dan hasil observasi. Data primer menurut Umar (2003:56) merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai obyek penulisan. Narasumber yang menjadi sumber rujukan pertama dan utama yaitu kepada Divisi Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran.
2. Sumber data sekunder menurut Sugiyono (2005:62) data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya peneliti harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini berupa literatur dan data penunjang dimana satu sama lain saling mendukung, yaitu buku-buku, makalah, tesis dan sumber ilmiah lain yang berhubungan dengan karya ilmiah ini.

1.8.3 Teknik Pemilihan Informan

Peneliti menggunakan teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan. Pertimbangan ini misalnya orang yang dijadikan narasumber merupakan orang yang dianggap paling tahu dan mengerti tentang apa yang diharapkan peneliti sehingga memudahkan peneliti menjelajahi situasi yang akan

diteliti. Narasumber yang dijadikan objek penelitian merupakan orang yang berkaitan langsung dan memiliki pengetahuan di bidangnya, yaitu Divisi Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran yang melakukan kegiatan membangun citra (*Image Building*).

1.8.4 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data untuk memperoleh pemahaman tentang penerapan strategi public relations dalam membangun citra, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara sebagai berikut :

1.8.4.1 Observasi

Penelitian melakukan pengamatan nonpartisipasi (*nonparticipant observation*) yakni observasi pengumpulan data dan informasi tanpa menitik beratkan diri atau tidak menjadi bagian dari lingkungan penelitian. Hanya memperhatikan gejala-gejala atau fenomena kemudian mencatatnya dalam buku observasi bertujuan untuk mendeskripsikan setting yang dipelajari, aktivitas-aktivitas yang berlangsung, orang-orang yang terlibat dalam aktivitas, dan makna kejadian dilihat dari perspektif mereka terlibat dalam kejadian yang diamati tersebut.

1.8.4.2 Wawancara

Esterberg dalam (Sugiyono, 2011:72) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga mendapatkan sebuah makna dalam topik tertentu. Wawancara dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk mengetahui hal-hal yang lebih mendalam mengenai partisipan, yang mana hal ini tidak ditemukan melalui observasi.

Wawancara adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan Bagian Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran agar mendapatkan data lengkap dan mendalam (*depth interview*). Biasanya wawancara mendalam menjadi alat utama pada penelitian kualitatif yang dikombinasikan dengan observasi non partisipatif. Teknik ini menghimpun data-data mengenai berbagai langkah atau strategi yang dilakukan oleh divisi Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran. Proses wawancara ini akan ditujukan kepada Divisi Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran.

1.8.4.3 Studi Dokumentasi

Dokumentasi seringkali dibutuhkan sebagai bukti pendukung. Sementara yang termasuk dokumen antaralain; surat, memoar, otobiografi, diari, jurnal, buku teks, makalah, artikel koran, editorial, pamflet, dan foto. Penelitian ini akan menganalisis dokumen yang berhubungan dengan tujuan seperti pada poin ketiga tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui data-data tambahan dan penguat dari hasil penelitian.

1.8.5 Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif yaitu metode penelitian khusus fokus kompleks dan luas bersifat subjektif dan menyeluruh.

Adapun tujuan dari analisis kualitatif, yaitu menemukan makna dari data yang dianalisis, seluruh teknik analisis menggunakan content (isi makna) sebagai klimaks dari rangkaian analisisnya. Oleh karena itu, analisis data kualitatif lebih menjelaskan fakta dalam dan lebih menjelaskan hal-hal yang tidak dipertontonkan objek penelitian kepada orang luar (Bungin, 2011:67-68).

Merujuk dari pemahaman di atas maka peneliti menganalisis data tersebut berdasarkan hasil observasi dan hasil wawancara mendalam yang dilakukan kepada divisi Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran yang digambarkan dalam kata-kata atau kalimat. Hasil wawancara mendalam tersebut tidak akan ditambah atau dikurangi, akan tetapi dalam penjabarannya peneliti akan menggambarkannya serta menafsirkannya berdasarkan logika ilmiah.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa kualitatif, yaitu metode penelitian yang memiliki fokus kompleks dan luas bersifat subyektif dan menyeluruh. Analisis data kualitatif dimulai dengan menganalisis berbagai data yang didapat penulis dari lapangan yaitu berupa kalimat-kalimat atau pernyataan-pernyataan, dokumen-dokumen maupun catatan. Salah satu yang dianjurkan ialah mengikuti langkah seperti yang dikemukakan oleh *Miles* dan *Huberman* dalam Bungin (2001: 145) yaitu sebagai berikut:

1.8.5.1 Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan pentransformasian data kasar dari lapangan. Proses ini berlangsung selama penelitian dilakukan, bermula dari awal sampai akhir periode penelitian.

Reduksi dilakukan dengan cara membuat ringkasan data, menelusuri temuan yang tersebar mengenai strategi dan usaha untuk perbaikan citra dari hasil wawancara dengan informan dan studi literatur, kemudian membuat gugus atau merumuskan memo sebagai dasar penyajian informasi data dan analisis selanjutnya. Analisis secara kualitatif terhadap hasil wawancara, kemudian

dilakukan interpretasi secara mendalam mengenai hubungan antara teori dan fakta yang terjadi dan mengikutsertakan kutipan-kutipan (*direct quotations*) dari para narasumber.

1.8.5.2 Penyajian Data

Sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk mengambil simpulan dan pengambilan data berupa tabel dan bagan, tujuannya adalah untuk memudahkan membaca dan mengambil simpulan dan saran yang tepat, oleh karena itu sajian data harus tertata secara apik.

Penyajian data dilakukan dengan menyusun sekumpulan informasi tentang strategi *Public Relations* Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran dalam membangun citra menjadi suatu pernyataan yang memungkinkan penarikan simpulan dan pengambilan tindakan. Data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif, yang pada mulanya terpecah dan terpisah menurut sumber informasi dan saat diperoleh informasi itu, kemudian diklasifikasikan menurut isu dan kebutuhan analisis.

Tujuan dari tahap ini adalah mensistematisasikan dan menyederhanakan informasi yang beragam dalam kesatuan bentuk yang di sederhanakan, selektif atau konfiguratif sehingga lebih mudah dipahami. Langkah ini memungkinkan peneliti memahami hal-hal yang terjadi dan sedang terjadi yang muncul dalam kurun waktu penelitian dilakukan.

1.8.5.3 Mengambil Simpulan/Verifikasi

Peneliti yang menggunakan penelitian kualitatif memutuskan apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang

memungkinkan. Kesimpulan penelitian berdasarkan reduksi dan penyajian data yang telah dilakukan tahap sebelumnya. Tahap awal simpulan masih bersifat longgar, kemudian diringkas lagi menjadi rinci dan mengakar. Simpulan yang masih longgar yang sudah dirumuskan pada tahap reduksi data, disimpulkan lagi pada tahap penyajian dan akhirnya menjadi final pada tahap penarikan simpulan.

Proses analisis data dilakukan secara terus menerus dan menggunakan metode induktif karena itu penelitian ini tidak membuktikan hipotesis, tetapi lebih merupakan pembentukan abstraksi berdasarkan bagian-bagian yang telah dikumpulkan dan dikelompokkan. Berdasarkan proses ini, data dapat ditafsirkan dan diolah menjadi hasil penelitian.

Tahapan penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan simpulan dan pengambilan tindakan, sedangkan tahap kesimpulan atau verifikasi merupakan makna-makna yang muncul dari data harus diuji kebenarannya atau validitasnya..

1.8.5.4 Validasi Data

Teknik validasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi data. Triangulasi menurut Patton dalam Moleong (2012:330) menjelaskan bahwa triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Peneliti melakukan validasi data menggunakan triangulasi teknik dalam Sugiyono (2011: 242), triangulasi teknik yaitu mengumpulkan data dengan

menanyakan hal yang sama melalui teknik yang berbeda. Pengumpulan data dilakukan kepada informan yaitu Divisi Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran dengan melakukan wawancara mendalam, observasi partisipasi pasif, dan dokumentasi.

1.9 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.9.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran, Jln. Alun-alun Parigi No.2 Kabupaten Pangandaran. Fokus penelitian ini adalah Divisi Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran. Alasan peneliti memilih tempat penelitian di Seretariat Daerah Kabupaten Pangandaran karena sesuai dengan tema yang peneliti ambil yaitu Membangun Citra (*Image Building*).

1.9.2 Jadwal Penelitian

No	Daftar Kegiatan	Maret 2015	April 2016	Mei 2016	Juni 2016	Juli 2016	Agustus 2016
1	Tahapan Pertama : Observasi lapangan dan Pengumpulan Data						
	Pengumpulan Data Proposal Penelitian						
	Penyusunan Proposal Penelitian						
	Bimbingan Proposal Penelitian						
	Revisi Proposal Penelitian						
2	Tahap Kedua : Usulan Penelitian						
	Sidang Usulan Penelitian						
	Revisi Usulan Penelitian						
3	Tahap Ketiga : Penyusunan Skripsi						
	Pelaksanaan						

	Penelitian						
	Analisis dan Pengolahan Data						
	Penulisan Laporan						
	Bimbingan Skripsi						
4	Tahap Keempat : Sidang Skripsi						
	Bimbingan Akhir Skripsi						
	Sidang Skripsi						
	Revisi Skripsi						

Tabel 1.2

Jadwal Penelitian

