

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Hubungan kemasyarakatan yang disebut dengan Humas, atau sering disebut dengan *public relations* (PR). Hal ini menjadi tidak asing lagi bagi setiap lembaga Pemerintahan, lembaga pendidikan serta lembaga perusahaan. Dalam hal ini Humas memiliki peran penting bagi setiap lembaga karena Humas dapat menjadi salah satu strategi dalam meningkatkan atau membentuk citra perusahaan agar lebih baik. Hal tersebut Humas biasanya memiliki relasi yang luas.

Berdasarkan hal tersebut warga Negara Yuridis adalah rakyat sebagai salah satu unsur pembentuk sebuah Negara. Untuk suatu unsur Negara, maka kedudukan rakyat atau warga Negara, sangat penting. Oleh sebab itu, rakyat atau warga Negara harus menjadi fokus terhadap perhatian Pemerintah yang harus dilayani. Dalam hal ini fungsi dari Pemerintahan adalah pelayanan, pembangunan, pemberdayaan, dan pengaturan. Berdasarkan fungsi tersebut Pemerintahan harus memberikan pelayanan dan kesejahteraan bagi masyarakat Indonesia, dengan demikian peran Humas dalam Pemerintahan sebagai salah satu pengemban tugas untuk melayani masyarakat atau warga Negara Indonesia.

Di era globalisasi sekarang kemajuan teknologi semakin pesat, di mana terjadi pertemuan dan gerakan nilai-nilai budaya dan agama di seluruh dunia yang memanfaatkan jasa komunikasi, transformasi dan informasi hasil modernisasi teknologi tersebut.<sup>1</sup> Sebagaimana kemajuan teknologi komunikasi saat ini memungkinkan siapa saja dapat saling menghubungi satu dengan yang lainnya dengan cara yang mudah tanpa

---

<sup>1</sup> Mohammad Arif, *Individualisme Global Di Indonesia (Studi Tentang Gaya Hidup Individualis Masyarakat Indonesia di Era Global)*, (STAIN Kediri Press, 2015), Hal 1.

adanya pemisah. Perkembangan teknologi informasi juga tidak saja mampu menciptakan masyarakat global, namun secara materil mampu mengembangkan ruang gerak kehidupan yang baru bagi masyarakat. Sehingga tanpa disadari masyarakat telah hidup dengan baik. Demikian juga untuk menghadapi tantangan zaman dengan era global yang semakin canggih, maka setiap perusahaan atau lembaga harus mempunyai *public relations* atau Humas untuk meningkatkan cipta perusahaan agar dikenal positif oleh masyarakat luas.

Menurut Dr. Rex Harlow, mengartikan Humas yaitu, memberikan fungsi atau manajemen dan mendukung pembinaan serta menjalankan alur antar organisasi melalui publikasi dengan aktivitas komunikasi, penerimaan serta, kerjasama antara satu dengan yang lainnya. Yang melibatkan manajemen dalam menghadapi sebuah persoalan, serta membantu manajemen untuk menanggapi sebuah opini publik, serta bertindak sebagai peringatan dalam mengantisipasi kecenderungan penelitian serta teknik komunikasi yang baik dan sarana utama.<sup>2</sup> Dalam hal ini, strategi Humas yang dibangun oleh PR dapat menanamkan kepercayaan kepada publik yang tidak hanya mendapatkan citra positif, akan tetapi citra positif yang dahulunya dibangun perlu dipertahankan karena dapat memberikan dampak atau pengaruh terhadap reputasi lembaga atau Pemerintahan. Begitu juga dengan kepercayaan publik akan luntur akibat reputasi yang negatif dari masyarakat maka, akan sulit bagi setiap lembaga atau Pemerintahan untuk memulihkan kepercayaan tersebut.

Mengingat pentingnya strategi *public relations* bagi perusahaan atau lembaga maka masyarakat harus memberikan kepercayaan demi mencukupi kebutuhan-kebutuhan ekonomi secara global. Hal tersebut mengakibatkan banyak dari perusahaan atau lembaga lainnya secara tidak langsung melaksanakan upaya untuk pembangunan

---

<sup>2</sup> Rosady Ruslan, SH, MM. *Manajemen public relations & media komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers 2012). Hal 16 .

kepercayaan terhadap masyarakat. Dalam hal ini *public relation* dapat diartikan sebagai suatu objek atau kegiatan yang sangat diminati oleh Negara-Negara yang berkembang, dikarenakan untuk memenuhi kebutuhan untuk menyebarluaskan berbagai macam-macam pengetahuan dan pemahaman, baik dari sektor swasta ataupun dari sektor Pemerintah. Dengan ini *public relation* dari sektor Pemerintah yang baik dari pusat maupun dari daerah yang bertugas untuk memberikan tanggung jawab serta memberikan informasi kepada warga tentang berbagai macam pola kebijakan dan program yang telah dibuat.<sup>3</sup>

Humas dapat diartikan sebagai bidang yang memerlukan rencana atau strategi yang matang (*Planned*), dalam bidang periklanan perlu melakukan komunikasi serta membujuk (*Persuasive*), hal ini digunakan pada kampanye ataupun propaganda selain untuk mengkampanyekan jenis program kerja, aktivitas serta informasi, yang bertujuan untuk memperkenalkan atau untuk meningkatkan kesadaran serta mencari dukungan publik dari sasaran khalayak (*Target audience*), maupun mempengaruhi dan membujuk khalayak umum yang akan dituju.

Untuk mencapai program Pemerintahan, keberhasilan tersebut tidak akan dicapai jika kemampuan yang ada dilembaga atau perusahaan itu saja. Dalam hal tersebut program Pemerintahan harus membujuk atau mempengaruhi khalayak atau sasaran yang akan dituju. Hal ini, peran Humas harus dapat menciptakan kondisi atau situasi yang kondusif dan dapat mengembangkan tanggung jawab atas partisipasi yang diberikan antara warga atau masyarakat sebagai sasaran yang dituju untuk mewujudkan tujuan bersama agar tercapai apa yang diinginkan.

Disamping itu, Humas juga mempunyai tujuan untuk menegakkan serta dapat mengembangkan suatu citra yang dapat menguntungkan bagi setiap organisasi atau

---

<sup>3</sup> Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi teori & praktik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hal 22.

setiap perusahaan maupun produk serta barang dan jasa. Dalam mencapai tujuan tersebut, peran Humas dapat diarahkan pada upaya bersikap tindak dan mempersepsi yang menguntungkan sebagai khalayak umum atau sasaran. Pada akhirnya, strategi tersebut akan menciptakan suatu opini dan citra yang menguntungkan. Humas membetuk strategi-strategi tersebut melalui dua komponen yang dua komponen tersebut saling berkaitan yaitu: komponen sasaran yang sebagai satuan maupun segmen yang akan dikerjakan, serta komponen sarana yang sebagai paduan ataupun bauran untuk mengerjakan suatu sasaran.

Di Pemerintahan Jombang sendiri lebih tepatnya bagian Humas atau *Public Relation* memiliki peranan penting dalam membangun serta meningkatkan citra Kepemerintahan. Namun pada tahun 2018 akhir, Bupati Jombang Nyono Suharli wihandoko divonis 3.5 tahun penjara karena kasus korupsi sehingga dikenai denda sebesar 200 juta dan dicabut hak politiknya selama 3 tahun. Korupsi adalah salah satu tindak pidana khusus di Indonesia yang telah menjerat para pejabat pemerintahan dari pejabat pemerintahan terendah hingga pemerintahan tertinggi (kekuasaan eksekutif).<sup>4</sup> Seperti yang sedang di jabat oleh Nyono Suharli (Bupati Kabupaten Jombang). Kejadian tersebut tentunya menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi citra Kepemerintahan serta membuat masyarakatnya pun sulit untuk mempercayai terkait kinerja yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Jombang tersebut.

Hal tersebut tentunya tak lepas peran Humas untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat melalui citra positif Pemerintah Kabupaten Jombang, baik itu prestasi, program maupun kinerjanya. Berangkat dari hal tersebut maka peneliti merasa tertarik

---

<sup>4</sup> Abdul Hamid, B Rupaiddi, Mohammad Arif, Muhammad Romdoni, Nur Rohim Yunus, Geofani Milthree Saragih, *Tindak Pidana Korupsi*, (PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI: 2023), Hal 5.

untuk meneliti lebih lanjut mengenai **Strategi *Public relation* Pemerintah Kabupaten Jombang dalam meningkatkan Citra Positif melalui *Media relations*.**

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun permasalahan yang diambil dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi *Public relation* Pemerintahan Kabupaten Jombang melalui *media relation* dalam meningkatkan citra positif ?
2. Apa hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan *Public relation* Pemerintahan Kabupaten Jombang guna meningkatkan citra positif ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan maka, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mendeskripsikan strategi *Public relation* Pemerintah Kabupaten Jombang melalui *media relations* dalam meningkatkan citra positif.
2. Mendiskripsikan apa saja hambatan Pemerintah Kabupaten Jombang dalam pelaksanaan *Public relation*.

## **D. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademik, Penelitian ini diharapkan dapat mengedukasi, serta menjadi referensi, dan menambah wawasan bagi pembaca, terutama bagi mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kediri yang tertarik untuk terjun di dunia komunikasi khususnya di bidang *Public relation*.
2. Manfaat Praktis, Penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan strategi *Public relation* Pemerintah Kabupaten Jombang melalui *media relations* dalam meningkatkan citra positif.

3. Manfaat bagi peneliti, peneliti dapat mengetahui proses atau strategi apa yang digunakan oleh Pemerintahan guna meningkatkan citra positif bagi masyarakat serta juga mengetahui apa saja hambatan Pemerintah dalam melaksanakan *Public relation*.

## **E. Definisi Istilah**

Definisi Istilah merupakan salah satu istilah yang menyangkut konsep-konsep pokok skripsi yang maknanya diberi penegasan oleh peneliti jika dikhawatirkan terjadi kesalahan pemaknaan dan pengertian yang kurang jelas. Berikut ini merupakan definisi istilah dalam penelitian ini:

### **1. Strategi *Public Relations***

Strategi *public relation* yang dimaksud dalam penelitian ini yakni: Strategi yang memiliki arti memimpin, kemiliteran yakni, suatu strategi maupun rencana untuk pembagian serta kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan yang diinginkan.<sup>5</sup> *Publik relation* menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two way communication*) dengan perusahaan atau lembaga dengan publik yang mempunyai tujuan untuk menciptakan saling mengerti satu sama lain, dan memberikan dukungan bagi setiap lembaga maupun perusahaan agar tercapainya tujuan yang diinginkan bersama. Serta demi kemajuan perusahaan atau citra positif bagi lembaga maupun perusahaan yang bersangkutan.<sup>6</sup>

Demikian strategi *Publik relation* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tindakan ataupun rencana yang dilakukan oleh lembaga atau perusahaan untuk membentuk dan membangun citra positif bagi masyarakat dengan menerapkan beberapa strategi baru agar tidak terkesan monoton, hal ini peneliti menjadikan *Publik relation* Pemerintahan Kabupaten Jombang sebagai objek penelitian.

---

<sup>5</sup> Effendi M. Guntur, *Transformasi Manajemen Pemasaran + Membangun Citra Negara*, (Jakarta: Sagung Seto, 2010), hal 33.

<sup>6</sup> Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997), hal 1.

## 2. Pemerintahan Kabupaten Jombang

Pemerintahan secara bahasa ialah sistem yang menjalankan wewenang serta mengatur kekuasaan bagi kehidupan sosial masyarakat. Hal ini juga dapat diartikan secara bahasa Indonesia Pemerintahan merupakan hak administrasi dan pengarahan yang berwenang atas kegiatan-kegiatan bermasyarakat dalam sebuah Negara. Sedangkan yang dimaksud dengan Pemerintahan Kabupaten yakni suatu Pemerintahan yang menduduki tingkatan Daerah maupun Kabupaten.

## 3. Citra Positif

Citra yang sering disebut dengan *image* atau yang dikenal yang bahasa asing dengan *Publik relation*, hal ini mempunyai hubungan sangat erat dengan fungsi *Publik relation* untuk pembentukan citra positif dimata masyarakat. Citra didefinisikan dengan pengetahuan serta pengalaman tentang sesuatu hal<sup>7</sup>. Citra dapat dibentuk berdasarkan impresi, atau berdasarkan dengan pengalaman yang dialami oleh seseorang terhadap sesuatu untuk mengambil keputusan.

Sedangkan citra yang diambil dalam penelitian ini adalah citra yang mempunyai kesan positif atau impresif yang dibentuk oleh bagian hubungan masyarakat Pemerintahan Kabupaten Jombang terhadap masyarakat luas tau khalayak luas.

## 4. Media Relations

*Media relation* merupakan sebuah media sarana untuk berkomunikasi seperti koran, televisi, poster, spanduk, dan radio. Menurut Purnawati dan Eldarani mengartikan *media relation* merupakan segala sesuatu yang bisa digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima pesan sehingga dapat menimbulkan

---

<sup>7</sup> Minan Juhari, *Public relation Membangun Citra dengan Komunikasi*, (Jombang: STAIN Jombang Press, 2013), hal 97.

rangsangan atau feedback.<sup>8</sup> Hal ini *media relation* yang digunakan oleh peneliti yakni berbagai macam media yang digunakan oleh pihak Humas Pemerintahan Kabupaten Jombang yang tidak lain merupakan sarana atau penyaluran informasi Pemerintahan Kabupaten Jombang kepada masyarakat atau khlayak umum.

## **F. Penelitian Terdahulu**

Terdapat beberapa referensi skripsi atau penelitian yang relevan dengan penelitian ini, sebagai bahan acuan penelitian yg digunakan oleh peneliti:

1. Penelitian skripsi oleh, Eli Puspitasari, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Majapahit Mojokerto, 2020, dengan judul: *Strategi Humas dan Protokol Pemerintahan Kabupaten Jombang (Studi kasus Strategi Humas dan Protokol Pemerintahan Kabupaten Jombang dalam meningkatkan pelayanan publik melalui program Bulaga “Bupati melayani warga”)* dalam skripsi ini membahas tentang Strategi Humas dan Protokol Pemerintahan Kabupaten Jombang dalam meningkatkan pelayanan publik melalui program Bulaga (Bupati melayani warga), melalui program Bulaga yang sudah dikemas sedemikian rupa Humas dan Protokol PemKab Jombang bisa membuktikan sebuah peningkatan jumlah Ikm (Indeks kepuasan masyarakat). Ikm pada tahun 2017 itu masih masih dibawah angka 80%, maksudnya itu kurang baik dibawah angka 80%. Namun dengan terdapatnya program bulaga ini ditahun 2019 kita dapat tingkatkan 83, 16% naik 1, 03 point dibanding tahun 2018. Tahun 2017 masih dibawah angka 80%, tahun 2018± 81%, serta tahun 2019 naik 83, 16%. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan ialah terletak pada objek penelitian. Perbedaan penelitian ini dengan

---

<sup>8</sup> Purnamawati dan Eldarni, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: CV. Rajawali, 2001), hal 14.



penelitian yang saya lakukan ialah fokus permasalahan yang menggunakan implementasi, sedangkan saya menggunakan analisis.<sup>9</sup>

2. Penelitian Skripsi oleh, Muhammad Afyfy Masyuda, Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2019, dengan judul: *Strategi Humas dalam meningkatkan citra Madrasah di Madrasah Tsanawiyah Negeri Kota Batu* dalam skripsi ini membahas tentang fenomena peralihan Madrasah Tsanawiyah persiapan Batu menjadi MTs Negeri Kota Batu. Madrasah yang awalnya merupakan Madrasah yang dinaungi oleh yayasan pendidikan Al-ikhlas lalu kemudian melewati proses menjadi Madrasah Tsanawiyah persiapan Negeri selama 5 tahun lamanya dan pada akhirnya di tahun 2009 menjadi MTs Negeri Kota Batu berdasarkan fenomena tersebut peneliti ingin mengungkap tentang strategi Humas dalam meningkatkan citra MTs Negeri Kota Batu. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan ialah sub fokus tentang strategi Humas dalam meningkatkan citra. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan ialah pada lokasi penelitian. Lokasi peneliti dalam penelitian ini terletak di MTs Negeri Kota Batu, sedangkan lokasi penelitian saya terletak di Kantor Pemerintahan Kabupaten Jombang.<sup>10</sup>
3. Penelitian Skripsi oleh, Winda Rahma Sari, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018, dengan judul: *Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Lembaga Pada Badan Waqaf Al-Qur'an* dalam skripsi ini membahas tentang sebuah persaingan pada *Public Relation* yang tidak bisa diabaikan pada era sekarang ini dan disini Bada Waqaf Al-Qur'an sebagai salah satu lembaga kenaziran waqaf yang

---

<sup>9</sup> Eli Puspitasari, Strategi Humas dan Protokol Pemerintahan Kabupaten Jombang (Studi kasus Strategi Humas dan Protokol Pemerintahan Kabupaten Jombang dalam meningkatkan pelayanan publik melalui program Bulaga "Bupati melayani warga), (Skripsi Sarjana, Mojokerto: Universitas Islam majapahit Mojokerto, 2020).

<sup>10</sup> Muhammad Afyfy Masyda, Strategi Humas dalam meningkatkan citra Madrasah di Madrasah Tsanawiyah Negeri Kota Batu, (Skripsi sarjana, Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2019).

menggunakan cara modern yang mudah dan praktis dalam berwaqaf dan membagikannya hingga ke plosok negeri melalui program-program yang solutif dan unik. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan ialah sama-sama meneliti tentang strategi *Public relation* dalam meningkatkan sebuah citra. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan ialah pada lokasi penelitian. Lokasi peneliti dalam penelitian ini di Badan Waqaf Al-Qur'an dan perbedaan selanjutnya pada teori yang digunakan, kalau pada penelitian saya memakai teori Strategi dari Harwood Child sedangkan pada penelitian ini menggunakan teori Citra dari Frank Jefkins.<sup>11</sup>

4. Penelitian Jurnal oleh Sisilia Herlina, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Tribhuwana Tungadewi, Malang, 2015, dengan judul: *Strategi Komunikasi Humas dalam membentuk Citra Pemerintahan di Kota Malang* dalam jurnal ini membahas tentang sebuah peranan penting Humas dalam setiap lembaga dikarenakan Humas menjadi salah satu strategi dalam membentuk citra perusahaan baik itu citra positif maupun citra negatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi *Public Relations* dan untuk mengetahui bagaimana hambatan-hambatan *Public Relation* di Bagian Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Malang dalam membentuk citra pemerintahan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan ialah sama-sama meneliti tentang strategi *Public relation* dalam meningkatkan sebuah citra dan meneliti tentang hambatan-hambatan *public relation* dalam meningkatkan citra. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan ialah pada lokasi penelitian. Lokasi peneliti dalam penelitian ini dilakukan di

---

<sup>11</sup> Winda Rahma Sari, Strategi *Public Relations* Dalam Membangun Citra Lembaga Pada Badan Waqaf Al-Qur'an, (Skripsi sarjana, Jakarta: UIN Syarif Jakarta, 2018).

bagian Humas Sekretariat daerah Pemerintah Kota Malang, sedangkn penelitian saya di bagian Humas Pemerintah Kabupaten Jombang.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Sisilia Herlina, Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang, (Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP), Vol.4, No. 3, 2015).