

**PERAN PROTOKOL DAN KOMUNIKASI PIMPINAN
(PROKOPI) 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
198530069**



**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 9/10/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)9/10/23

**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

**Diajukan Sebagai Salah Satu Tugas Dan Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu
Sosial dan Politik Universitas Medan Area**

Oleh:

ALFRED NOBEL SIMBOLON

NPM: 198530069

**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 9/10/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)9/10/23

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : 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)

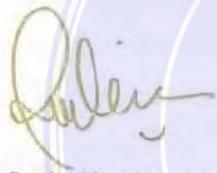
Nama : Alfred Nobel Simbolon

Npm : 198530069

Prodi : Ilmu Komunikasi

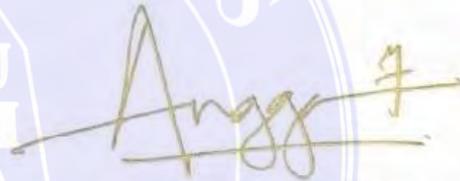
Disetujui Oleh

Komisi Pembimbing



Rehia K. Isabella Barus, S.Sos, M.SP

Pembimbing I



Angga Tinova Yudha, S.I.Kom, M.I.Kom

Pembimbing II



Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si

Dekan



Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc, CPSP

Ka. Prodi

Tanggal Lulus : 26 September 2023

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 9/10/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)9/10/23

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alfred Nobel Simbolon

NPM 198530069

Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 21 Mei 2001

Alamat : Jl. Gulama Pajak Baru Kelurahan Belawan Bahagia
Kecamatan Medan Belawan, Kota Medan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul : "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)" adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat, materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar- benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya termasuk pencabutan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi yang nanti saya dapatkan.

Medan, 26 September 2023



Alfred Nobel Simbolon
198530069

ALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGASAKHIR/ SKRIPSI/ TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alfred Nobel Simbolon

NPM :198530069

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Noneklusif (Non-exklusif Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul "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)" Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media / formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan memublikasikan tugas akhir / skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta, Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 26 September 2023



Alfred Nobel Simbolon

198530069

ABSTRAK

Citra merupakan perasaan, gambaran diri publik terhadap pemerintahan, organisasi, atau lembaga serta individu, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Citra menjadi salah satu aset terpenting dari suatu organisasi atau individu yang secara sengaja diciptakan agar bernilai positif. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana peran Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Setda Kota Medan dalam pembentukan citra Wali Kota Medan Bobby Nasution terhadap masyarakat Kota Medan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif serta menggunakan teori strategi humas Scott M. Cutlip sebagai acuan. Hasil dari pemakaian teori Scott M. Cutlip menghasilkan yaitu unsur kredibilitas, konteks, konten, kejelasan, kontinuitas dan konsistensi, saluran serta kapabilitas audiens digunakan oleh Prokopim untuk meningkatkan citra Wali Kota Medan Bobby Nasution.

Kata Kunci: Citra; Strategi Humas Scott M. Cutlip; Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim); Bobby Nasution



ABSTRACT

Image is a feeling, a public self-image of a government, organization, or institution as well as an individual, a deliberately created impression of an object, person or organization.. This research uses a descriptive method with a qualitative approach and uses Scott M. Cutlip's public relations strategy theory as a reference. The results of using Scott M. Cutlip's theory produce elements of credibility, context, content, clarity, continuity and consistency, channels and audience capabilities used by Prokopim to improve the image of Medan Mayor Bobby Nasution.

Keywords: *Image; Scott M. Cutlip Public Relations Strategy; Protocol and Leadership Communication (Prokopim); Bobby Nasution*



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Alfred Nobel Simbolon, dilahirkan di Belawan pada tanggal 21 Mei 2001. Anak dari Ayah Mart Yudi Harto Simbolon dan Ibu Lorina Br Sitompul. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara. Penulis pernah bersekolah di SD Negeri 060967 Kota Belawan pada tahun 2007, selanjutnya pada tahun 2013 penulis melanjutkan Pendidikan di SMP Negeri 26 Kota Medan, dan pada tahun 2016 penulis melanjutkan Pendidikan di SMK Negeri 13 Medan. Pada tahun 2019 sampai sekarang penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Medan Area.



KATA PENGANTAR

Puji serta syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas kebaikan rahmat dan karuniaNya peneliti dapat menyelesaikan tugas-tugas yang diwajibkan kepada mahasiswa Universitas Medan Area Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada Program Studi Ilmu Komunikasi untuk memperoleh gelar sarjana. Pada penulisan skripsi ini peneliti mengalami banyak kesulitan, seperti keterbatasan waktu, kurangnya literatur yang dibutuhkan dan keterbatasan kemampuan menulis. Namun, dengan kemauan keras dan tanggung jawab yang dilandasi dengan itikad baik, maka kesulitan tersebut dapat teratasi. Adapun judul yang diajukan dalam penyusunan skripsi ini adalah “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)” Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini dibantu oleh beberapa pihak. Melalui kesempatan ini, izinkan peneliti menyampaikan ucapan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Terima kasih kepada kedua orang tua ayahanda Mart Yudi Harto Simbolon dan Ibunda Lorina Br Sitompul yang telah menyemangati dan memberikan doa kepada saya agar selalu lancar dalam perkuliahan mulai dari awal sampai dengan selesai.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Ibu Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M. Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

4. Ibu Nadra Ideyani Vita, M.si, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
5. Ibu Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc, CPSP, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area.
6. Ibu Rehia K. Isabella Barus, S.Sos, M.SP selaku Dosen Pembimbing I.
7. Bapak Angga Tinova Yudha, S. I. Kom, M. I. Kom, selaku Dosen Pembimbing II.
8. Ibu An Nisa Dian Rahma, S. I. Kom, M. I. Kom, selaku Sekretaris Sidang Skripsi.
9. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta seluruh staff administrasi FISIP Universitas Medan Area.
10. Terima kasih kepada teman-teman yang telah banyak membantu penulis dalam menyusun serta menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu. Firda Melvina, Nadiah Bugis, Putri Anggriani Lubis, Widya Pratiwi, Sere Alia, Dwi Dianggriani, Salsabilla, Samuel Sinambela dan banyak lagi yang tidak dapat penulis ucapkan satu persatu.
11. Terima kasih kepada Jhosua Rivaldo Manurung sahabat penulis selama waktu perkuliahan yang telah banyak membantu dan menemani penulis mulai dari seminar proposal, seminar hasil hingga sidang skripsi.
12. Terima kasih kepada Revi Teresa Br Karo, yang telah menyemangati penulis dalam mengerjakan skripsi serta menemani penulis melaksanakan penelitian dan selalu mengingatkan penulis agar bisa lulus tepat waktu.

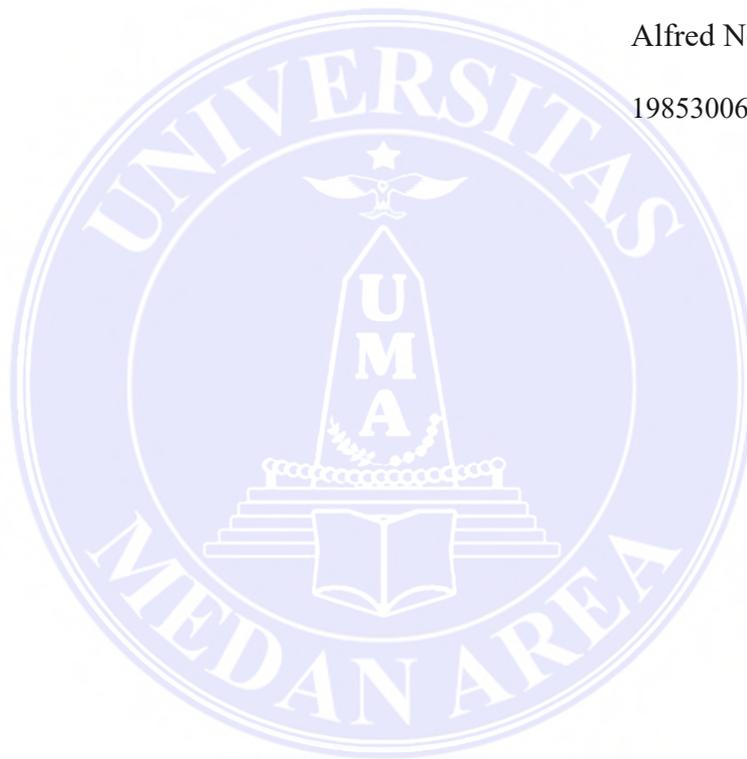
Semoga Tuhan senantiasa melimpahkan berkat-Nya dan membalas semua kebaikan mereka. Peneliti sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna

dan membutuhkan berbagai perbaikan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun penelititerima dengan senang hati. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak.

Medan, 26 September 2023

Alfred Nobel Simbolon

198530069



DAFTAR ISI

ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2.Fokus Penelitian.....	12
1.3.Rumusan Masalah	12
1.4.Tujuan Penelitian	13
1.5.Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1.Komunikasi Organisasi	15
2.1.2. Peran Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Citra Positif	19
2.2.Hubungan Masyarakat (Humas)	20
2.2.1. Fungsi Humas	23
2.2.2. Peran Humas	24
2.3.Strategi Humas	31
2.4.Citra.....	35
2.5.Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	38
2.6.Kerangka Berpikir.....	40
2.7.Analisis Data	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1.Jenis Penelitian.....	43
3.2.Waktu Dan Lokasi Penelitian.....	44
3.3.Sumber Data	44
3.4.Teknik Pengumpulan Data	48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1. Hasil Penelitian	51
4.1.1. Gambaran Umum Pemerintah Kota (Pemko) Medan	51
4.1.2. Stuktur Pemerintahan Kota (Pemko) Medan	54
4.1.3. Bagian Prokopim Sekretariat Daerah Kota Medan	61
4.2 Identitas Informan	67
4.3. Triangulasi Sumber Data.....	68
4.4 Strategi Humas Prokopim dalam menciptakan dan menerbitkan berita tentang Wali Kota Medan	69
4.5.Strategi Humas Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Dalam MengadakanKontak Sosial Dengan Masyarakat	71
4.6.Bagaimana cara Prokopim dalam mengidentifikasi dan mengklarifikasi tentang informasi miring (<i>hoax</i>) mengenai Wali Kota Medan	74
4.7.Bagaimana cara humas Prokopim dalam mengimplementasikan program yang sudah direncanakan untuk membentuk citra positif Wali Kota Medan	77
4.8.Hambatan dalam melakukan peliputan dan penerbitan berita mengenai Wali Kota Medan.....	78
4.9.Pandangan Masyarakat Kota Medan Tentang Kinerja Protokol Dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Dalam Membentuk Citra Wali Kota Medan.....	80
4.10.Pembahasan	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	98
5.1.Kesimpulan	98
5.2.Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Peta Lokasi Kecamatan Kota Medan	2
Gambar 1.2. Wali Kota Medan Bobby Affif Nasution, S.E, M.M.....	5
Gambar 1.3. Logo Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Sekda Kota Medan	7
Gambar 1.4. Contoh Postingan Prokopim Pemko Medan.....	11
Gambar 2.1. Sistem Komunikasi Organisasi.....	18
Gambar 2.2. Mekanisme Analisis Strategi Humas Pemerintahan	27
Gambar 2.3. Teori Pembentukan Citra.....	38
Gambar 2. 4. Kerangka Berpikir	41
Gambar 3.1. Proses Analisa Data Penelitian Kualitatif.....	51
Gambar 4.1. Peta Jabatan Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Medan	65
Gambar 4.2. Struktur Bagian Prokopim Setda Kota Medan	66
Gambar 4.3. Wali Kota Medan Bobby Nasution berinteraksi langsung dengan warga Kecamatan Medan Area	72
Gambar 4.4. Postingan Instagram Prokopim Mengklarifikasi Kabar Hoax Medan Kota Terkotor 2022	76
Gambar 4.5. Majalah Terbitan Bagian Dokumentasi Pimpinan Prokopim	84
Gambar 4.6. Masyarakat Menyampaikan Aspirasi Dalam Acara Sapa Lingkungan (SALING)	87
Gambar 4.7. Tayangan Konten Podcast di Akun YouTube Prokopim	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Daftar Penelitian Terdahulu	39
Tabel 4. 1. Karakteristik informan	60
Tabel 4. 2. Lampiran Observasi	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Draft Wawancara	105
Lampiran 2 Dokumentasi	106
Lampiran 3 Surat Keterangan Izin Riset	108
Lampiran 4 Surat Keterangan Selesai Riset	109



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ibukota Provinsi Sumatera Utara Indonesia adalah Kota Medan. Menurut Wikipedia, Kota Medan bersama Surabaya dan DKI Jakarta, merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia. Medan adalah kota metropolis terbesar di Pulau Sumatera dan kota terbesar di luar Pulau Jawa. Dengan hadirnya Pelabuhan Belawan dan Bandara Internasional Kualanamu sebagai bandara terbesar kedua di Indonesia, Kota Medan menjadi pintu gerbang wilayah Indonesia Bagian Barat . Fasilitas seperti jalan tol dan rel kereta api merupakan sarana transportasi tambahan dari pusat kota menuju pelabuhan dan bandara. Kota Medan adalah kota pertama di Indonesia yang menggabungkan jalur kereta api dan bandara. Kota Medan yang berbatasan dengan Selat Malaka tumbuh secara signifikan sebagai pusat perdagangan, bisnis, dan industri di Indonesia. Menurut informasi dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022 Kota Medan memiliki jumlah berpenduduk sebanyak 2.460.858 jiwa pada tahun 2022. Kota Medan memiliki 21 kecamatan yang masing-masing memiliki jumlah penduduk yang berbeda.

Gambar 1. 1. : Peta Lokasi Kecamatan Kota Medan



Sumber : Wikipedia, (2023)

Nama Medan diambil dari bahasa Melayu dari kata *Maidhan* atau *Maidhanam* atau dalam bahasa Tamil yang artinya lapangan atau daerah yang luas. Kata “Medan” berarti “sehat” atau “lebih baik” yang disampaikan oleh Darwin Prinst (2002 : hal 21) dalam Kamus Indonesia-Karo. Ada beberapa etnis atau kelompok etnis yang berbeda di Medan, meskipun Suku Batak, Jawa, Tionghoa, dan Minangkabau merupakan bagian terbesar dari total populasi. Suku Melayu dan Karo adalah kelompok suku/etnis pendiri.

Banyaknya masjid, gereja, dan vihara di Medan menjadi bukti keragaman etnisnya. Orang Tionghoa tersebar luas di sekitar kota. Lingkungan yang dikenal dengan Kampung Keling yang merupakan kawasan pemukiman masyarakat turun temurun di India ini terletak di dekat Jalan Zainul Arifin.

Wali Kota adalah pejabat tertinggi di Pemerintah Kota Medan dan bertanggung jawab dalam menjalankan pemerintahannya kepada Gubernur Provinsi Sumatera Utara. Banyak orang mengkritik reputasi pribadi Wali Kota Medan. Tiga Wali Kota Medan tersangkut kasus korupsi, sehingga rendahnya angka kepercayaan masyarakat Kota Medan terhadap kepemimpinan Wali Kota Medan. Diawali dengan Dr. H. Abdillah, SE, Ak, MBA yang memimpin Medan pada tahun 2000 sampai dengan tahun 2008. Abdillah kedapatan melakukan tindak pidana korupsi yaitu pembelian mobil pemadam kebakaran merek Morita pada tahun 2005 dan penyalahgunaan APBD Pemerintah Kota Medan tahun 2002-2006.

Dilansir dari portal berita Kompas.Com dalam kasus pertama, Abdillah dinyatakan bersalah melakukan pengadaan tanpa melalui proses lelang formal. Dia dan wakilnya, Ramli, sama-sama setuju pengadaan tanpa seleksi untuk menentukan harga dan pemenangnya sendiri. Sedangkan dalam kasus kedua terhadap dirinya, Abdillah kedapatan melakukan korupsi dana daerah hingga Rp 50,58 miliar selama periode 2002-2006. Dana puluhan miliar digunakan untuk keperluan pribadi dan tidak resmi, seperti menjamu tamu pribadi, pembelian ponsel, pembelian lampu kristal, dan tiket pesawat. Abdillah disebutkan menutupinya dengan setuju untuk membuat laporan pertanggungjawaban dengan menggunakan data, proposal, dan kuitansi fiktif. Pada pengadilan tingkat pertama PN Medan, 22 September 2008, Abdillah divonis 5 tahun penjara. Dalam proses kasasi di Mahkamah Agung, 14 Juli 2009 hukumannya menjadi 4 tahun penjara.

Wali Kota Medan selanjutnya adalah Drs. H. Rahudman Harahap, M.M., yang menjabat sebagai Wali Kota Medan pada tahun 2009 hingga 2010 dan juga terlibat dalam tindak pidana korupsi. Rahudman dinyatakan bersalah menyalahgunakan jabatannya dengan menggunakan Dana Tunjangan Aparatur Desa Kabupaten Tapanuli Tahun 2005 sebesar Rp. 1,5 miliar. Dia sudah selesai menjalani hukuman penjara lima tahun. Ia terjerat kasus korupsi saat menjabat sebagai Sekretaris Daerah Tapsel.

Nama terakhir adalah Dzulmi Eldin. Dzulmin adalah pengganti Rahudman sebagai Wakil Wali Kota saat itu karena Rahudman juga terlibat dalam penyelidikan korupsi. Pada 11 Juni 2020, majelis hakim Pengadilan Tindak Pidana Korupsi yang diketuai Abdul Azis di Pengadilan Negeri Medan memvonis Dzulmi Eldin enam tahun penjara, denda Rp 500 juta, dan subsider empat bulan kurungan.

Bobby Affif Nasution kemudian menjabat sebagai Wali Kota Medan saat pemerintahan Dzulmi Eldin berakhir. Di kantor Gubernur Sumut Edy Rahmayadi pada Jumat, 26 Februari 2021, Bobby Nasution dan Aulia Rachman terpilih masing-masing sebagai Wali Kota dan Wakil Wali Kota Medan untuk tahun 2021–2025. Pemilihan tersebut dimenangkan oleh Bobby Nasution dengan 55,29 persen. Akhyar-Salman, saingannya, memperoleh 44,71 persen suara berdasarkan hasil data dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Medan.

**Gambar 1. 2. : Wali Kota Medan, Muhammad Bobby
Afif Nasution, S.E.,M.M.**



Sumber : Wikipedia, (2023)

Dalam menjalankan pemerintahannya sebagai Wali Kota Medan, Bobby Nasution menargetkan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Kota (RPJMD) Kota Medan. Sasaran tersebut meliputi Medan Berkah, Medan Bersih, Medan Maju, Medan Inovatif, Medan Kondusif dan Medan Beridentitas. Bobby juga memiliki 5 program prioritas, antara lain pengelolaan di bidang kesehatan, infrastruktur, banjir, kebersihan, perbaikan *heritage* serta pemberdayaan UMKM, yang terus diupayakan untuk terus dicapai.

Keberhasilan Wali Kota Medan Bobby Nasution dalam melaksanakan tujuan dan peran krusial tentunya tidak terlepas dari Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim). Salah satu penghubung tugas Sekretariat Daerah adalah Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan yang disebut juga dengan Prokopim. Pelayanan keprotokolan dan kehumasan menjadi konsentrasi utama Prokopim. Bagian Protokol

dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Medan dibagi menjadi tiga subbagian yaitu Subbagian Protokoler, Subbagian Komunikasi Pimpinan, dan Subbagian Dokumentasi dan Publikasi Kegiatan Kepemimpinan. Tanggung jawab Prokopim lebih banyak terpusat pada mendukung pimpinan dalam urusan protokoler, mendokumentasikan dan mempublikasikan tindakan pimpinan, termasuk Wali Kota, Wakil Wali Kota, dan Sekretaris Daerah (Sekda) Kota Medan.

Di era komunikasi digital, pemanfaatan media komunikasi Digital *Public Relations* (PR) menjadi hal *urgent* yang dapat dilakukan dalam proses sosialisasi. Dengan demikian peran Humas Pemerintah dalam menjalankan fungsi komunikasi menjadi sangatlah vital. Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai media komunikasi yang ada. Salah satu media yang saat ini digunakan Humas adalah memanfaatkan Digital *Public Relations*. Internet selama ini selalu menyediakan segala informasi yang dibutuhkan, sehingga akhirnya memberikan dimensi baru dalam proses komunikasi praktisi *public relations*, yakni digital *public relations*. Menurut Duhe, seluruh pelanggan maupun *stakeholder* perusahaan membutuhkan informasi resmi yang bisa dipercaya dan dipertanggungjawabkan sehingga keberadaan digital *public relations* bagi perusahaan adalah hal mutlak (Duhe, 2007: 140). Mereka tidak boleh mengandalkan informasi liar yang disampaikan orang asing karena justru akan menjadi bumerang yang bisa menghancurkan reputasi perusahaan. Keberadaan digital *public relations* ini akan memungkinkan perusahaan

terkoneksi langsung oleh pelanggan maupun *stakeholder* perusahaan secara *real time*.

Gambar 1. 3. : Logo Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Sekda Kota Medan



Sumber : Akun Facebook Prokopim Pemko Medan, (2023)

Hubungan Masyarakat (Humas) sendiri memiliki peran dalam membantu organisasi dalam memutuskan apa yang harus dikatakan dan dilakukan. Onong (1989) mendefinisikan *public relations* sebagai kegiatan komunikasi dua arah timbal balik antara organisasi dengan publik atau khalayaknya, baik publik internal maupun eksternal, dengan tujuan mendukung fungsi dan tujuan manajemen organisasi, serta meningkatkannya dengan membina kerjasama dan pencapaian kepentingan bersama. Mayoritas bisnis besar memiliki departemen hubungan masyarakat, yang mungkin menghasilkan pekerjaan tambahan.

Dalam sebuah organisasi pemerintahan, fungsi dan peran humas sangatlah penting. Dua peran kunci—peran teknisi dan fungsi manajemen—sering muncul dalam operasi PR, menurut studi tentang subjek tersebut. Menulis, mengedit, fotografi, komunikasi produksi,

merencanakan acara khusus, dan menelepon media lain adalah contoh peran teknis di bidang kehumasan. Tugas yang membantu organisasi menemukan dan menyelesaikan masalah manusia adalah penekanan utama dari pekerjaan manajer.

Fungsi awal manajemen PR adalah sebagai seseorang yang memberi penjelasan, atau seseorang yang bertindak sebagai konsultan untuk menyelesaikan masalah, menawarkan solusi, dan mengawasi prosedur implementasi. Yang kedua berkembang menjadi fasilitator komunikasi, atau seseorang yang menjaga agar komunikasi dua arah tetap terjadi antara instansi dan lingkungannya. Yang ketiga adalah sebagai fasilitator solusi masalah, atau sebagai seseorang yang berkolaborasi dengan manajer puncak untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah (Lattimore, 2010).

Mampu membantu dalam mendefinisikan, mengembangkan, dan mencapai tujuan program pemerintah, meningkatkan daya tanggap pemerintah, dan memberikan informasi yang cukup akurat kepada publik untuk memungkinkan pengaturan mandiri adalah fungsi manusia yang paling mendasar dalam pemerintahan (Lattimore, 2010: 5). Dengan memberikan berbagai informasi tentang kebijakan pemerintah yang mengikat penduduk atau masyarakat, humas dalam pemerintahan dipercayakan untuk melaksanakan tugas kebijakan dan memberikan pelayanan publik. Selain itu, menawarkan layanan publik sebaik mungkin sambil mempertahankan birokrasi yang sederhana akan memuaskan populasi atau masyarakat dan meningkatkan citra pemerintah global.

Citra adalah tentang apa yang dipikirkan, persepsi pribadi, emosi, dan persepsi pribadi semuanya digambarkan melalui gambar. Meskipun memiliki persepsi yang sama, cara pandang orang bisa saja berbeda. Perspektif ini membentuk bagaimana orang memandang suatu organisasi (Alifahmi, 2015:30). Citra perusahaan atau agensi adalah keseluruhan emosi, persepsi, dan persona publiknya. Persepsi ini sengaja dihasilkan oleh suatu benda, seseorang, atau kelompok. Oleh karena itu, citra harus sengaja dibuat agar memiliki nilai positif. Salah satu sumber daya perusahaan atau organisasi yang paling berharga adalah citranya sendiri, yang sering disebut citra positif (Sumirat & Ardianto, 2005:30).

Tujuan utama humas dalam bidang pemerintahan adalah untuk menciptakan berbagai program pemerintah yang dapat menciptakan, mempertahankan dan memperkuat citra positif dan reputasi yang sangat baik untuk mendapatkan dukungan dan simpati publik serta opini publik yang baik. Humas dalam lingkup pemerintahan menggunakan peristiwa (aksi), kampanye, dan program untuk membangun citra secara sengaja (Ardianto, 2011:6). Humas memiliki peran penting dalam organisasi pemerintahan.

Sebagai tindakan komunikasi, masyarakat juga berperan sebagai jembatan untuk menciptakan lingkungan yang kondusif antara berbagai kelompok pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal, dalam rangka “*win-win solution*” guna meningkatkan reputasi lembaga pemerintah itu sendiri. Akibatnya, jenis pemerintahan simetris dua arah adalah praktik manusia yang paling optimal. Tujuan humas bagi

pemerintah adalah untuk menginformasikan kepada masyarakat umum tentang berbagai kebijakan pemerintah dan untuk menanggapi informasi yang tidak akurat dan bisa merusak.

Hal ini bertujuan untuk memberikan kesan baik kepada masyarakat terhadap pemerintah daerah. Pelaksanaan tindakan dan operasi di banyak lokasi dan di berbagai area merupakan fungsi kunci dari lembaga hubungan masyarakat dan organisasi komando dalam masyarakat kontemporer. Metode yang digunakan dalam perintah manusia identik dengan yang digunakan oleh manusia dalam konteks lain, seperti pengumpulan informasi dan komunikasi (Moore, 2014:33).

Komunikasi Pimpinan tidak jauh berbeda humas dan protokoler. Sebagai bagian dari perannya sebagai juru bicara kepala daerah, tugas berat, strategi, dan kesulitan menjadi mata dan telinga pimpinan. Tanggung jawab Seksi Prokopim meliputi penyelenggaraan pelaksanaan tugas perangkat daerah, penyiapan pelaksanaan kebijakan, pemantauan, dan penilaian pelaksanaan kebijakan daerah di bidang protokoler, komunikasi pimpinan, dan dokumentasi.

Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Sekretariat Daerah Kota Medan bertugas melaksanakan persiapan pelaksanaan kebijakan Pemerintah Kota (Pemko) Medan, mengoordinasikan tugas-tugas Perangkat Daerah khususnya Wali Kota Medan, memantau dan mengevaluasi pelaksanaan pelaksanaan kebijakan daerah Kota Medan di bidang keprotokolan, komunikasi, dan kepemimpinan komunikasi, serta perencanaan dan pelaporan.

Peran yang dilakukan Humas Prokopim juga hanya peran taktis (jangka pendek) yakni berupaya memberikan pesan-pesan dan informasi yang efektif agar dapat memiliki pengaruh bagi rakyat melalui pesan-pesan yang disampaikan. Dalam pelaksanaan sosialisasi, Humas Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) tidak memiliki peran jangka panjang (peran strategis) karena ia tidak dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan, memberikan proses sumbang saran, gagasan dan ide yang kreatif untuk melaksanakan program institusi yang bersangkutan. Humas Pemerintah Kota (Pemko) Medan hanya diberikan kekuasaan untuk merancang dan menentukan apa yang akan digunakan untuk melakukan proses sosialiasi.

Gambar 1. 4 Contoh Postingan Instagram Prokopim Pemko Medan



Sumber : Instagram Prokopim_Pemkomedan, (2023)

Berbagai strategi yang dilakukan Prokopim kemudian membuahkan hasil berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan Badan Penelitian dan Pengembangan (Balitbang) Kota Medan bekerjasama

dengan konsultan dari PT Naghayasha Rahardja pada tahun 2022 bahwa 77,7 persen masyarakat Kota Medan puas dengan kinerja Bobby Nasution – Aulia Rachman. Dengan demikian untuk mengetahui dan mendalami lebih akurat tentang peran dan fungsi Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretaris Daerah (Setda) Kota Medan dalam membentuk citra positif Wali Kota Medan Bobby Nasution serta seluruh jajaran Pemerintah Kota (Pemko) Medan, maka dari itu penulis berkeinginan untuk meneliti secara mendalam dan mengangkat judul ***“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)”***.

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan dari hasil penjelasan latar belakang masalah ini, maka penulis melakukan jenis penelitian kualitatif dengan mempersempit penelitian tersebut, maka dari itu penulis tertarik untuk memperjelas penelitian penulis yang lebih berfokus pada ***“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)”***.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diberikan, maka penulis merangkum beberapa masalah, yaitu:

1. Bagaimana peran Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setda Kota Medan dalam memberikan informasi tentang program, hasil dan rancangan kerja Wali Kota Medan Bobby Nasution terhadap masyarakat Kota Medan

2. Apa saja hambatan-hambatan yang dialami dalam melakukan pemberian informasi tentang berbagai kegiatan yang dilakukan Wali Kota Medan Bobby Nasution dalam melaksanakan programnya di lingkungan kerja Kota Medan

1.4. Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana peran Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Setda Kota Medan dalam merencanakan 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.
2. Untuk mengetahui apa saja yang dapat menjadi faktor penghambat dalam melaksanakan pemberian informasi tentang berbagai kegiatan yang dilakukan Wali Kota Medan Bobby Nasution dalam melaksanakan programnya di lingkungan kerja Kota Medan.

1.5. Manfaat Penelitian

Dalam melakukan riset penulisan dalam penelitian tersebut maka manfaat penelitian dapat dilihat dari tiga aspek, yaitu.

1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memiliki hubungan untuk menambahkan data yang diharapkan mampu menjadi sumber informasi yang berkaitan dengan pemahaman yang nantinya mampu menjadi sumber data yang berhubungan dengan Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan peran humas terkhususnya di dalam instansi pemerintahan.

2) Manfaat Akademis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi yang nantinya akan digunakan oleh penelitian dalam melakukan konteks permasalahan yang akan berkaitan dengan peran humas dalam bidang pemerintahan.

- b) Penelitian ini Diharapkan dapat menjadi bahan kajian dan sumber informasi bagi semua pihak yang berkaitan terutama untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang komunikasi tentang bagaimana peran dan fungsi humas dalam instansi pemerintahan.

3) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna membantu masyarakat luas untuk memperluas informasi mengenai gambaran peran humas serta bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi mengenai peran humas.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi Organisasi

2.1.1. Definisi Komunikasi Organisasi

Komunikasi berasal dari bahasa Latin '*communis*' yang berarti 'sama' atau '*common*' dalam bahasa Inggris. Konsep komunikasi melibatkan upaya untuk mencapai kesamaan makna atau '*commonness*'. Dalam komunikasi, kita berusaha untuk berbagi informasi, gagasan, atau sikap kita dengan partisipan lainnya.

Everett M. Rogers (Cangara, 2004: 19) mendefinisikan komunikasi sebagai proses di mana suatu ide atau pesan dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan tujuan untuk mengubah perilaku mereka. Dalam konteks ini, komunikasi tidak hanya melibatkan transfer informasi, tetapi juga mempengaruhi tingkah laku atau tindakan yang dilakukan oleh penerima pesan.

Dengan demikian, komunikasi berperan penting dalam menghubungkan orang-orang, memfasilitasi pertukaran informasi, gagasan, dan sikap, serta mempengaruhi perubahan perilaku. Melalui komunikasi, kesamaan makna dapat tercapai dan pengaruh dapat diberikan kepada penerima pesan untuk merubah atau mempengaruhi tindakan mereka.

Istilah komunikasi, atau dalam bahasa Inggris disebut *communication*, berasal dari bahasa Latin "*communication*" yang berasal dari kata "*communis*" yang berarti sama atau memiliki makna yang sama. Menurut Carl I. Hovland (Effendy, 2006: 26), komunikasi berkaitan dengan perilaku orang lain. Tujuan mempelajari komunikasi adalah untuk memahami bagaimana efek komunikasi terhadap seseorang. Seseorang dapat mengubah sikap, perilaku, atau pendapat orang lain melalui komunikasi yang efektif.

Komunikasi tidak hanya tentang penyampaian informasi, tetapi juga tentang pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap

publik (*public attitude*). Melalui komunikasi yang efektif, pendapat dan sikap publik dapat terbentuk. Dalam konteks ini, komunikasi memiliki peran yang lebih luas dalam mempengaruhi individu dan masyarakat secara keseluruhan. Dengan demikian, pemahaman tentang komunikasi melibatkan studi tentang bagaimana komunikasi dapat mempengaruhi perilaku dan pendapat orang lain, serta bagaimana komunikasi yang komunikatif dapat mengubah sikap dan perilaku. Komunikasi memiliki peran penting dalam membentuk pandangan dan sikap publik, serta mempengaruhi interaksi dan hubungan antara individu dan kelompok dalam masyarakat.

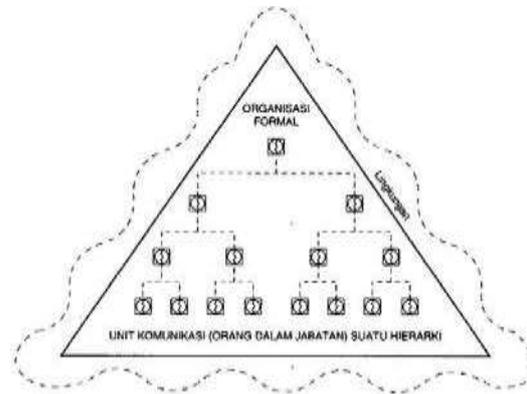
Kata lain yang memiliki makna mirip dengan komunikasi adalah komunitas atau dalam bahasa Inggris disebut *community*. Mulyana (2007: 46) menjelaskan bahwa komunitas adalah sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, di mana mereka berbagi makna dan sikap. Konsep komunitas juga menekankan pada kesamaan dan kebersamaan. Secara garis besar, komunikasi dapat dianggap sebagai penyampaian informasi dan pemahaman dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi akan berhasil apabila terdapat saling pengertian di antara kedua belah pihak, yaitu si pengirim pesan dan si penerima pesan dapat saling memahami.

Namun, penting untuk dicatat bahwa saling pengertian dalam komunikasi tidak berarti bahwa kedua belah pihak harus sepakat dengan gagasan yang disampaikan. Yang terpenting adalah bahwa kedua belah pihak memahami gagasan tersebut. Komunikasi dikatakan berhasil atau komunikatif ketika pesan yang disampaikan oleh komunikator sesuai dengan kerangka acuan atau panduan pengalaman dan pemahaman yang dimiliki oleh komunikan, seperti yang dikemukakan oleh Wilbur Schramm (Effendy, 2006: 13). Dengan demikian, dalam konteks komunikasi, penting untuk mencapai saling pengertian dan kesesuaian antara pesan yang disampaikan dan pemahaman yang diterima oleh penerima pesan. Hal ini akan membantu memastikan bahwa komunikasi berjalan dengan baik dan efektif.

Goldhaber dalam Arni Muhammad (2001:66) memberikan definisi komunikasi organisasi sebagai proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah. Greebaum dalam Arni (2001:67) mengatakan bahwa bidang komunikasi organisasi termasuk arus komunikasi formal dan informal dalam organisasi. Ia membedakan komunikasi internal dengan eksternal dan memandang peranan komunikasi terutama sekali sebagai koordinasi pribadi dan tujuan organisasi dan masalah menggiatkan aktivitas.

(Pace & Faules, 2001:31) mengatakan bahwa komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukkan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. Gambar di bawah melukiskan konsep suatu sistem komunikasi organisasi. Garis yang terputus-putus melukiskan gagasan bahwa hubungan-hubungan ditentukan alih-alih bersifat alami, hubungan-hubungan itu juga menunjukkan bahwa struktur suatu organisasi bersifat luwes dan mungkin berubah sebagai respons terhadap kekuatan-kekuatan lingkungan yang internal juga eksternal. Meskipun demikian, hubungan antara jabatan-jabatan berubah secara resmi hanya berdasarkan pernyataan pejabat-pejabat organisasi.

Gambar 2. 1. Sistem Komunikasi Organisasi



Sumber : Pace & Faules, (2001)

Pengertian-pengertian komunikasi organisasi yang diuraikan diatas merupakan pandangan “objektif” atas organisasi yang menekankan pada “struktur”, dan struktur ini merupakan salah satu tempat mengalirnya informasi dalam organisasi disamping adanya hubungan pribadi dan selentingan. Organisasi adalah komposisi sejumlah orang yang menduduki posisi atau peranan tertentu. Peranan individu dalam sistem komunikasi ditentukan oleh hubungan struktur antara satu individu dengan individu yang lainnya dalam organisasi.

Secara umum, komunikasi organisasi dapat dibedakan atas komunikasi formal dan komunikasi informal. Komunikasi formal salurannya ditentukan oleh struktur yang telah direncanakan yang tidak dapat dipungkiri oleh organisasi. Sedangkan komunikasi informal tidaklah direncanakan dan biasanya tidaklah mengikuti struktur formal organisasi, tetapi timbul dari interaksi sosial yang wajar di antara anggota organisasi yang termasuk komunikasi informal ini adalah berita-berita dari mulut ke mulut mengenai diri seseorang, pimpinan, maupun mengenai organisasi yang biasanya bersifat rahasia.

2.1.2. Peran Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Citra Positif

Komunikasi organisasi membantu kita untuk 1) menyelesaikan tugas yang berkaitan dengan peran dan tanggung jawab khusus penjualan, layanan, dan produksi; 2) menyesuaikan diri dengan perubahan melalui kreativitas dan adaptasi individu dan organisasi; 3) menyelesaikan tugas melalui pemeliharaan kebijakan, prosedur, atau peraturan yang mendukung operasi harian dan berkelanjutan; 4) mengembangkan hubungan di mana "pesan manusia diarahkan pada orang-orang di dalam organisasi-sikap, moral, kepuasan, dan pemenuhan mereka" (Goldhaber, 2001:5) mengoordinasikan, merencanakan, dan mengendalikan operasi organisasi melalui manajemen. Komunikasi organisasi adalah bagaimana organisasi mewakili, menghadirkan, dan membentuk iklim dan budaya organisasi mereka sehingga sikap, nilai, dan tujuan yang menjadi ciri organisasi dan anggotanya.

Peran komunikasi organisasi di instansi pemerintahan mempunyai peran yang cukup banyak dalam proses menjalankan program-program perusahaan yang ada. Tentunya dalam menjalankan program-program tersebut didasarkan pada target, komunikasi organisasi pun menjadi salah satu faktor terpenting dalam menciptakan nilai-nilai positif di setiap program yang ada di instansi pemerintahan. Program-program di instansi pemerintahan dibuat tentunya untuk membuat instansi menjadi lebih maju lagi, terutama dengan proses pencitraan yang lebih baik lagi, sehingga citra Pemerintah Kota (Pemko) Medan di mata masyarakat Kota Medan akan bertumbuh menjadi sesuatu hal yang positif. Citra dalam suatu

instansi pemerintahan memang sangat memengaruhi kemajuan dan kemunduran suatu pemerintahan. Jika citra yang dihasilkan adalah positif, maka instansi akan memperoleh kemajuan dan lebih berkembang lagi, namun sebaliknya jika citra yang dihasilkan dari tanggapan khalayak adalah negatif, maka kemunduran kemungkinan besar akan terjadi bila tidak segera diantisipasi oleh instansi pemerintahan. Citra dalam suatu instansi pemerintahan turut ditentukan oleh apresiasi khalayak atau kalangan masyarakat terhadap program-program yang dihadirkan oleh Pemerintah Kota (Pemko) Medan khususnya Wali Kota Medan, Bobby Nasution. Ketika program-program yang ada diapresiasi dengan baik oleh khalayak, maka citra Wali Kota Medan akan berbanding lurus, yaitu meningkatnya citra positif, akan tetapi jika sebaliknya, ketika program-program yang ada kurang atau bahkan tidak diapresiasi dengan baik oleh khalayak maka citra negatiflah yang akan tumbuh.

2.2. Hubungan Masyarakat (Humas)

Public Relations adalah proses berkelanjutan yang digunakan oleh manajemen bisnis untuk memperoleh umpan balik yang jujur dan wawasan mendalam dari pelanggan, karyawan, dan masyarakat umum. Seorang manusia melakukan analisis mendalam, meningkatkan diri, dan membuat pernyataan sebagai bagian dari pekerjaan mereka. Humas memiliki tujuan yang berharga dalam membantu menginformasikan khalayak internal (dalam organisasi) dan eksternal (di luar organisasi) dengan memberikan informasi yang akurat dalam format yang mudah dipahami sehingga sewaktu-waktu seseorang membutuhkan organisasi,

produk, atau lokasi, mereka dapat menemukannya melalui pengetahuan dan penelitian.

Menurut Scott M. Cutlip dalam Ruslan (2010:25) *public relations* adalah fungsi manajemen yang melibatkan beberapa aspek. *public relations* menilai sikap publik terhadap organisasi. Artinya, melalui kegiatan analisis dan penelitian, *public relations* berusaha untuk memahami bagaimana publik memandang dan merespons organisasi. Dalam mengimplementasikan program *public relations*, strategi komunikasi dapat diterapkan dengan menggunakan unsur 7C pada proses komunikasi humas. Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2009), unsur-unsur 7C tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Credibility* (Kredibilitas): Kredibilitas adalah kepercayaan yang diberikan oleh publik terhadap organisasi atau pesan yang disampaikan. Dalam strategi komunikasi humas, penting untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat dipercaya dan didukung oleh fakta atau bukti yang valid.
2. *Context* (Konteks): Konteks mengacu pada lingkungan atau situasi di mana komunikasi dilakukan. Penting untuk memahami konteks komunikasi agar pesan dapat relevan dan tepat sasaran.
3. *Content* (Konten): Konten adalah isi atau materi pesan yang akan disampaikan. Pesan harus disusun dengan jelas, informatif, dan sesuai dengan tujuan komunikasi.
4. *Clarity* (Kejelasan): Kejelasan adalah kemampuan pesan untuk dipahami dengan mudah oleh publik. Pesan harus disampaikan dengan

bahasa yang sederhana dan tidak ambigu agar tidak menimbulkan kesalahpahaman.

5. *Continuity and Consistency* (Kontinuitas dan Konsistensi): Kontinuitas mengacu pada kesinambungan atau kelangsungan pesan dari waktu ke waktu, sedangkan konsistensi berarti pesan harus sesuai dengan citra dan identitas organisasi yang telah dibangun sebelumnya
6. *Channel* (Saluran): Saluran komunikasi merujuk pada cara atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Pemilihan saluran yang tepat dan efektif akan membantu pesan sampai kepada publik target dengan baik.
7. *Capability of the Audience* (Kapabilitas Audiens): Kapabilitas audiens merujuk pada tingkat pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan mereka dalam menerima pesan. Pesan harus disesuaikan dengan tingkat pemahaman dan kebutuhan audiens agar pesan dapat diterima dengan baik.

Dengan mengintegrasikan unsur-unsur 7C ini dalam strategi komunikasi humas, program *public relations* diharapkan dapat lebih efektif dalam mencapai tujuan komunikasi dan membangun hubungan yang positif dengan publiknya. Humas juga hadir untuk mengatasi perasaan acuh tak acuh dan sikap yang dapat berkembang menjadi suatu masalah, profesi humas bekerja untuk menjelaskan suatu kejadian yang sebenarnya benar adanya. Hal ini dilakukan dengan mengkomunikasikan informasi dengan cara yang jelas dan tidak biasa, yang biasanya merupakan salah satu cara yang berhasil untuk memenangkan simpati publik.

Informasi dibagi dengan publik internal melalui penggunaan hubungan masyarakat (dalam organisasi). Humas juga memberikan informasi yang tepat dengan gaya yang jelas sehingga bisnis dapat memerangi ketidaktahuannya dengan informasi dan pengetahuan. Humas juga harus mampu membangkitkan rasa ingin tahu publik terhadap suatu isu yang mungkin secara signifikan memengaruhi satu organisasi atau sekelompok perusahaan terkait. Dengan menganalisis elemen dari apa yang terjadi atau mengapa hal itu bisa terjadi, manajemen humas senior dapat membantu bisnis mempersiapkan diri untuk menanggapi masalah tersebut.

2.2.1. Fungsi Humas

Menurut (Nova, 2011: 23), fungsi utama humas adalah untuk menciptakan atau mempertahankan hubungan positif antara organisasi internal dan eksternal perusahaan guna menumbuhkan pemahaman dan membangkitkan kerjasama dari publik dengan tujuan akhir Mempengaruhi opini publik di luar perusahaan. Menurut teori ini, hal pertama yang harus dilakukan oleh humas adalah membangun hubungan positif dengan publik baik internal maupun eksternal. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengenal organisasi, berkomunikasi dengan publik, dan selalu menjunjung tinggi nama baik organisasi saat berhubungan dengan orang lain atau dengan masyarakat umum.

Menurut Widjaja (2008), tugas-tugas yang perlu diperhatikan dalam bidang Humas antara lain: (1) melakukan kegiatan internal dan eksternal dengan pendekatan informatif, edukatif, dan persuasif serta

menghindari pendekatan imperatif dan pubitif, dan (2) melaksanakan kegiatan komunikasi yang terencana dan berkelanjutan serta disampaikan dengan kepercayaan, objektivitas, dan tepat sasaran. Ardianto (2009) berpendapat bahwa Humas merupakan gabungan dari tujuan identitas, citra, dan reputasi, di mana terdapat keterkaitan antara fungsi-fungsi tersebut dalam implementasi kegiatan Humas.

Pada dasarnya, Humas adalah aktivitas yang bertujuan untuk memperkuat atau mengubah pengetahuan, perasaan, dan perilaku komunikan. Dalam konteks komunikasi organisasi, komunikan tersebut adalah publik dari organisasi tersebut. Lebih lanjut, tujuan Humas menurut Kusumastuti (2004) adalah: (1) memenuhi aspek pengetahuan dengan terbentuknya saling pengertian, (2) memenuhi aspek perasaan dengan terbentuknya saling kepercayaan, dan (3) memenuhi aspek perilaku di mana tercipta kerjasama.

2.2.2. Peran Humas

Metode kehumasan, terutama yang digunakan oleh pemerintah, dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang melahirkan Revolusi Industri 4.0. Penambahan media sosial sebagai sarana kehumasan yang signifikan dan wadah yang dimanfaatkan oleh masyarakat luas untuk saling berbagi informasi merupakan salah satu perkembangan dalam praktik kehumasan. Penelitian yang dilakukan untuk laporan ini melihat bagaimana media sosial digunakan dalam strategi hubungan masyarakat pemerintah. Media sosial menjadi komponen penting dalam komunikasi antarmanusia, oleh karena itu wajar jika humas

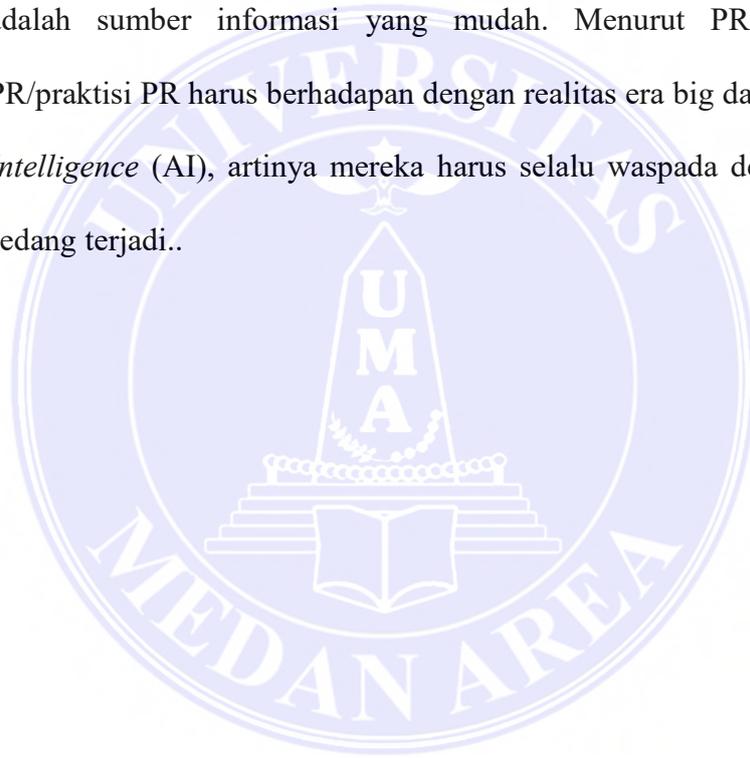
pemerintah menggunakannya untuk segera menanggapi materi yang menuntut penjelasan lebih lanjut dari pemerintah.

Perubahan yang terjadi secara kontekstual dengan tepat diartikulasikan oleh (Wright dan Hinson, 2017: 8). Wright dan Hinson mengidentifikasi dua pergeseran yang telah terjadi: perubahan dalam dunia industri dan perubahan strategi hubungan masyarakat/PR yang digunakan untuk membantu kegiatan industri. Karena media sosial dan digital, praktisi PR di berbagai negara mengamati dan mengalami perubahan dalam praktiknya (Wright and Hinson, 2017:17). Penyebaran informasi secara instan melalui media sosial juga memungkinkan berita negatif menyebar dengan cepat. Melalui media sosial, beberapa rumor dengan cepat beredar dan merusak reputasi organisasi tersebut. Babak baru di bidang kehumasan dan PR telah muncul dengan berkembangnya penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi.

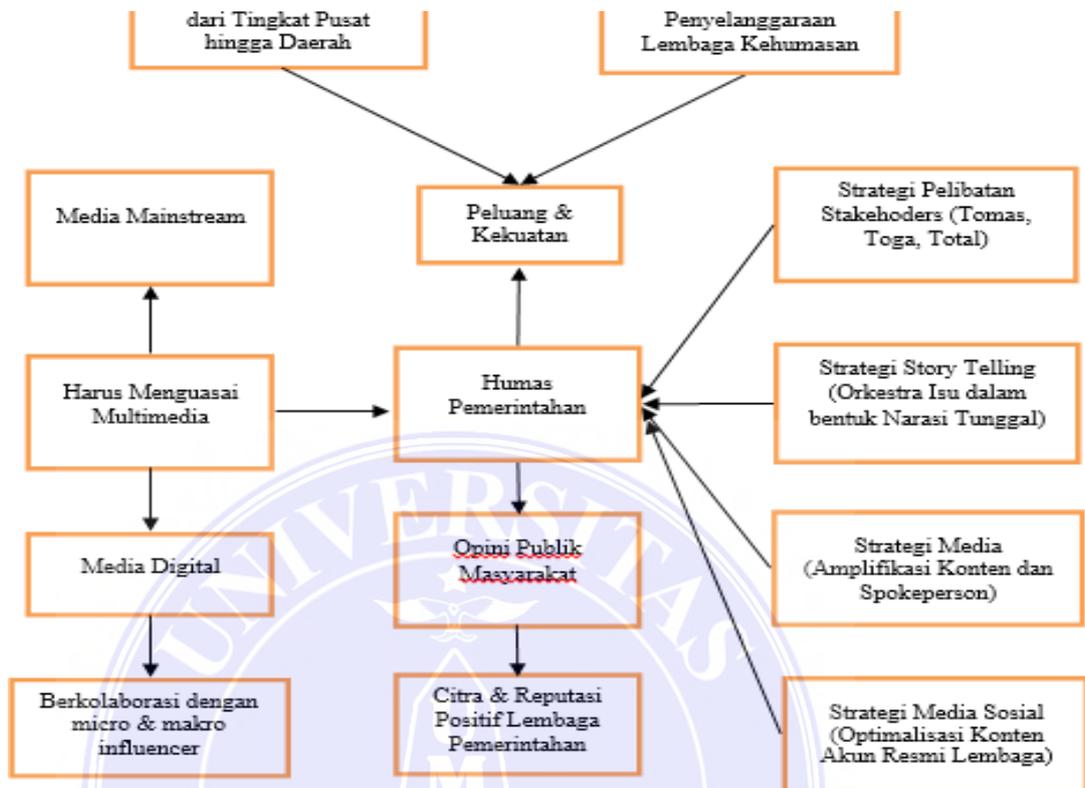
Joo dan Teng (2016: 1270) mengatakan bahwa media sosial mengubah hukum yang diatur oleh humas menimbulkan kesulitan dan kemungkinan baru bagi profesi PR. Pakar hubungan masyarakat menemukan media setelah media sosial yang dapat dengan cepat menyebarkan pesan ke khalayak luas. Hal ini menuntut para profesional humas untuk dapat bergerak dan berpikir jauh lebih cepat dari sebelumnya. Selanjutnya, pengaruh “*word of mouse*” daripada “*word of mouth*” telah berubah sebagai akibat dari media sosial. Namun, strategi PR sendiri akan terus berkembang. Tahapan perkembangan dan perubahan

teknik humas dapat dilihat sebagai melakukan hal-hal yang menyatukan (Laksamana, 2018: 8).

Sebaliknya, media sosial merupakan saluran yang banyak digunakan oleh masyarakat umum untuk mencari dan mendapatkan informasi di bidang kehumasan 3.0. Oleh karena itu, PR/professional PR harus memperhatikan media sosial selain informasi di media cetak, elektronik dan internet. Mayoritas orang serta apa yang ditulis jurnalis adalah sumber informasi yang mudah. Menurut PR 4.0, seorang PR/praktisi PR harus berhadapan dengan realitas era big data dan *Artificial Intelligence* (AI), artinya mereka harus selalu waspada dengan apa yang sedang terjadi..



Gambar 2. 2 Mekanisme Analis Strategi Humas Pemerintahan



Sumber : Aat Ruchiat Nugraha, Diah Fatma Sjoraida, Evi Novianti, (2021)

Sebagaimana tertuang dalam Instruksi Presiden No.9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik, humas dalam pemerintahan bertanggung jawab untuk melaksanakan tugas sebagai berikut: (a) menghadirkan citra; (b) penjangkauan; (c) pendidikan; (d) program kampanye; dan € kontra-narasi.

Humas dalam pemerintahan memiliki dua fungsi : (a) sebagai komunikator, memfasilitasi akses dan komunikasi dua arah antara instansi pemerintah dengan masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui sarana kehumasan; dan (b) sebagai fasilitator, mengumpulkan informasi tentang perkembangan dan aspirasi masyarakat untuk memberikan arahan kepada pimpinan instansi dalam pengambilan

keputusan. (c) penyebar, humas pemerintah berperan dalam menginformasikan ke internal organisasi dan publik tentang kebijakan dan tindakan masing-masing instansi pemerintah, baik secara langsung maupun tidak langsung. (d) katalisator, Dalam rangka menyelaraskan kepentingan pemerintah dan masyarakat, humas pemerintah berperan sebagai katalisator dengan melakukan berbagai pendekatan dan strategi; konselor, penasehat, dan juru bahasa dengan berperan sebagai konsultan, penasehat, dan penerjemah kebijakan pemerintah; dan (f) pemberi resep dengan bertindak sebagai salah satu alat strategis terpenting bagi para pemimpin pengambil keputusan. Secara kontekstual, “administrasi komunikasi antara organisasi dan publiknya” benar-benar merupakan fungsi dan peran manusia seperti yang didefinisikan oleh formula manusia (Grunig dan Hunt dalam Browning, 2010: 5). Menurut Ströh (2007), peran dan tugas humas adalah mengelola komunikasi antara organisasi dan audiensnya untuk membina dan membina hubungan positif yang menguntungkan semua pihak. Jika Grunig dan Hunt lebih menekankan pada manusia dalam aspek komunikasi dan manajemen, maka Ströh lebih menekankan pada aspek hubungan dalam aktivitas dan implementasi. Humas juga berbicara tentang fungsi dan peran manusia. Hanya masalahnya, perubahan yang dialami humas adalah perubahan besar. Dalam pandangan (Brown 2009: 4), salah satu perubahan besar yang dialami dalam praktik kehumasan adalah perubahan mendasar dalam komunikasi manusia.

Humas pemerintah merujuk pada lembaga atau individu yang bertugas mengelola informasi dan komunikasi secara persuasif, efektif, dan efisien untuk membangun hubungan yang harmonis antara pemerintah dan publiknya. Tujuan utamanya adalah menciptakan citra dan reputasi positif bagi instansi pemerintah. Humas pemerintah memiliki peran krusial dalam menyampaikan program dan kinerja pemerintah kepada masyarakat, serta meningkatkan pelayanan dan pengelolaan informasi di setiap instansi. Selain itu, mereka juga bertujuan untuk mendorong partisipasi publik dalam mendukung program pemerintah yang berdampak positif bagi masyarakat. Saat ini, tantangan humas pemerintah meliputi penyampaian informasi dengan bahasa yang lebih sederhana dan menarik bagi generasi milenial, serta membangun komunikasi efektif dalam era media sosial yang semakin dekat dengan masyarakat. Oleh karena itu, humas pemerintah harus terus berinovasi dan informatif, serta menguasai teknologi informasi dan komunikasi, termasuk media sosial, agar dapat memahami kebutuhan publik.

Keberadaan humas pemerintah memungkinkan mereka untuk berkomunikasi langsung dengan publik tanpa hambatan pihak-pihak lain. Tugas utama humas pemerintah meliputi memberikan informasi dan penjelasan mengenai kebijakan dan tindakan yang diambil oleh pemerintah kepada masyarakat. Di dalam sebuah organisasi pemerintahan, humas sering kali dianggap sebagai corong atau suara pimpinan pemerintah dalam berhubungan dengan publik, sehingga posisinya dianggap penting, strategis, dan memerlukan kemampuan serta tanggung

jawab yang besar. Humas pemerintah juga bertanggung jawab untuk memberikan pelayanan terbaik dengan birokrasi yang tidak rumit, guna memenuhi kepuasan rakyat atau masyarakat dan membangun citra positif bagi pemerintah di mata publik.

Karena itu, menurut Brown, semua praktisi PR di abad ke-21 harus memahami revolusi teknologi dan bagaimana hal itu mengatur dan memengaruhi praktik PR agar industri PR dapat beradaptasi dengan lingkungan baru yang diciptakan oleh revolusi teknologi dan bertahan. (Brown, 2009: 11) menarik kesimpulan bahwa karena ada platform dan metode baru untuk menjangkau kelompok tertentu atau masyarakat umum, pekerjaan PR profesional menjadi lebih menantang. Dengan penggunaan teknologi baru ini, kami sekarang dapat menargetkan audiens target tertentu untuk menyampaikan pesan. Kemampuan publik untuk berkomunikasi dengan organisasi dan dengan pesan tentang organisasi juga menjadi lebih mudah dan lebih mudah diakses. Bahasa mengalami revolusi pada abad ke-21, yang ditandai dengan munculnya media baru, media digital, dan media sosial yang antara lain dapat menyampaikan pesan dengan cepat (Verma, 2015: 148). Humas atau *public relations*, memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah organisasi. Aktivitas humas dapat menjadi wahana integrasi internal, memfasilitasi saling pengertian antara anggota komunitas, dan membangun loyalitas di kalangan karyawan. Hal ini juga dapat memperkuat etos kerja di kalangan direksi atau manajer. Selain itu, kegiatan humas memiliki peranan yang

dominan dalam menjalin hubungan antara perusahaan dengan publiknya, baik itu publik internal maupun publik eksternal.

Public relations berperan dalam membangun citra baik, itikad baik, saling pengertian, saling mempercayai, serta toleransi antara perusahaan dan publiknya. Unsur-unsur tersebut membantu menciptakan hubungan yang baik dan pada akhirnya membentuk citra positif terhadap perusahaan. *Public relations* juga memiliki peran penting dalam menangani persoalan yang berkaitan dengan keinginan dan harapan stakeholders, baik itu stakeholders internal seperti anggota organisasi maupun stakeholders eksternal seperti pendengar dan media massa.

Dengan membangun kepercayaan publik (*public trust*), humas dapat menciptakan citra yang positif bagi perusahaan. Kepercayaan publik merupakan faktor penting dalam menjaga keberadaan dan reputasi perusahaan. Oleh karena itu, peran humas sangat penting dalam membangun hubungan yang baik dengan stakeholders, mengelola komunikasi organisasi, dan membangun kepercayaan publik.

Dengan demikian, humas memainkan peran yang vital dalam memastikan kelancaran hubungan antara perusahaan dengan publiknya, membangun citra positif, dan menjaga kepercayaan publik.

2.2.3. Strategi Humas

Agar strategi hubungan masyarakat lembaga pemerintah menjadi lebih sukses, metode komunikasi sangat penting. Karena komunikasi strategis akan memudahkan untuk menjalin koneksi, meningkatkan reputasi, dan mempengaruhi orang lain untuk mengambil tindakan

(Martinelli, 2012: 8). Dalam rangka mengembangkan metode kreatif untuk menjawab permasalahan generasi milenial berbasis teknologi informasi, strategi komunikasi harus digunakan dalam human government dengan tetap memperhatikan unsur lingkungan sosial, operasional dan internal perusahaan. Upaya kehumasan perlu sejalan dengan visi dan tujuan organisasi agar dapat mengambil tindakan strategis (Gasing & Suryanto, 2016: 27).

Sebelum memasuki era industri 4.0, organisasi kehumasan pemerintah tetap mengutamakan penyebaran informasi publik dengan memanfaatkan media lini atas dan lini bawah (seperti spanduk, poster, baliho, flyer, dll). (seperti iklan layanan masyarakat di surat kabar, majalah, radio dan televisi). Munculnya berbagai akun resmi media sosial dan website instansi pemerintah (Kementerian/Lembaga/Daerah) yang modern (digital) menandai pergeseran strategi kehumasan di instansi pemerintah dari tradisional ke penyebaran informasi dan komunikasi publik yang melibatkan penggunaan platform online dan media sosial.

Dengan kata lain, disrupsi industri 4.0 menimbulkan pola yang tercermin dalam strategi manusia saat ini (Meranti & Irwansyah, 2018:15). Budaya kerja setidaknya akan terpengaruh oleh perubahan strategi komunikasi kehumasan pemerintah ketika kegiatan kehumasan dilakukan di lembaga pemerintah. Menurut Grant, salah satu fungsi krusial strategi adalah sebagai saluran kerjasama dan komunikasi dalam mengejar tujuan manajerial (Suherman, 2018:32). Instansi pemerintah harus mengambil

tindakan cepat melalui reformasi birokrasi, revitalisasi dan transformasi manusia untuk mengoptimalkan penerapan strategi manusia di era digital.

Peremajaan Humas mengacu pada inisiatif untuk mengembalikan peran penting yang dimainkan orang dalam sebuah institusi (keadaan). Transformasi humas, di sisi lain, menggambarkan elemen perubahan mendasar dan inisiatif untuk mengubah kinerja humas dalam suatu institusi. Hal ini senada dengan pernyataan pakar kehumasan Elizabeth Goenawan Ananto yang mengatakan bahwa untuk memenuhi peran dan fungsi komunikasi publik terpadu yang tidak hanya sebagai penyampai berita tetapi juga peringatan awal, orkestra pemicu informasi dan komunikasi antar lembaga pemerintah perlu dibenahi dan dikonsolidasikan kembali (Kartika, 2020: 5).

Humas adalah suatu proses komunikasi dua arah atau timbal balik (*two way communication*) yang terencana baik secara internal maupun eksternal dalam upaya menciptakan hubungan yang harmonis dengan tujuan untuk memperoleh itikad baik, saling pengertian, opini publik, dan citra yang baik dari masyarakat. Tujuan PR adalah untuk membangun itikad baik, memenangkan publik, dan/atau menjalin aliansi berdasarkan hubungan baik dengan publik yang beragam. Hal ini menunjukkan bahwa tujuan humas adalah untuk membentuk, mempromosikan, dan menjunjung tinggi sikap positif bagi lembaga, kantor, dan organisasi serta pihak lain di satu sisi, dan dengan pihak lain melalui komunikasi yang efektif dan hasil yang saling memuaskan di sisi lain. Menurut Meinanda (2008) tujuan humas adalah sebagai berikut :

- 1) Tujuan komunikasi internal. Tujuan humas internal adalah menumbuhkan tenaga kerja yang memiliki semangat kerja. Hal ini dapat dicapai dengan:
 - a. Seorang pemimpin harus mempertimbangkan kepentingan tenaga kerja dalam hal kesejahteraan ekonomi, sosial, dan psikologis mereka.
 - b. Mempromosikan “sikap mental” sehingga peserta atau staf dapat memberikan kesan yang baik kepada masyarakat umum..
 - c. Memperlakukan tipe karyawannya dengan sikap yang sama, tanpa membedakan –bedakan tingkat, pendidikan, dan lain-lain.
 - d. Untuk memperluas atau menawarkan kemungkinan bagi mereka untuk mengejar pendidikan lebih lanjut, yang secara psikologis dapat meningkatkan martabat mereka..
- 2) Tujuan dari external *Public relation*
 - a. Untuk meningkatkan hubungan dengan pihak di luar organisasi/instansi guna membentuk persepsi publik yang positif terhadap organisasi..
 - b. Melakukan komunikasi persuasif dan informatif yang berhasil dan terarah pada pihak di luar instansi.

Tujuan humas menurut Steinberg seperti dikutip Meinanda (2008) adalah untuk mempengaruhi persepsi publik terhadap tindakan yang dilakukan oleh lembaga yang bersangkutan. Departemen hubungan masyarakat perusahaan, yang mencakup kelompok produksi dan layanan, sangatlah penting. Agar publik memiliki persepsi yang baik terhadap perusahaan,

agensi PR harus mampu mengembangkan citra positif terhadap merek tersebut. Fungsi kehumasan Prokopim dibagi menjadi dua bagian, yaitu :

1. **Humas dan Inisiatif.** Humas Internal Tujuan utama upaya Humas internal Prokopim adalah untuk mengembangkan dan mengaktualisasikan individu-individu yang memiliki passion dalam pekerjaannya dan lebih produktif. Sementara ini, program magang Humas Prokopim harus menekankan peningkatan kinerja dan pertumbuhan pribadi.
2. **Kegiatan Humas/Prokopim.** Penyelenggaraan humas Wali Kota Medan yang dilakukan oleh humas Prokopim terbilang baik, seperti yang sebelumnya ditunjukkan dengan peningkatan kualitas pelayanan setiap tahunnya. Upaya Humas Prokopim untuk meningkatkan kualitas layanan dinilai sangat efektif, terbukti tidak hanya dengan peningkatan kualitas layanan tetapi juga dengan berkembangnya opini publik yang baik dan reputasi positif untuk Wali Kota Medan Bobby Nasution.

2.4. Citra

Jefkins mengartikan citra sebagai kesan, gambaran, atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan) atas sosok keberadaan berbagai kebijakan personil – personil atau jasa – jasa dari suatu organisasi atau perusahaan. Citra juga dapat diartikan sebagai persepsi masyarakat dari adanya pengalaman, kepercayaan, perasaan, dan pengetahuan masyarakat itu sendiri terhadap perusahaan, sehingga aspek fasilitas yang dimiliki perusahaan, dan layanan (Jefkins, 2003:20).

Citra merupakan persepsi masyarakat terhadap jati diri sebuah organisasi atau perusahaan, serta didasari atas pengetahuan masyarakat atau dugaan masyarakat terhadap organisasi atau perusahaan tersebut (Sutojo, 2004:8). Citra merupakan image yang berarti perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, organisasi, atau lembaga: kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Citra menjadi salah satu aset terpenting dari suatu perusahaan atau organisasi yang secara sengaja diciptakan agar bernilai positif (Ardianto, 2004:34). Citra adalah cara di mana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, komite, atau aktivitas tertentu. Setiap perusahaan memiliki citra yang berbeda-beda, yang bergantung pada jumlah orang yang memandangnya. Pandangan-pandangan yang beragam terhadap perusahaan dapat berasal dari pelanggan, pelanggan potensial, bankir, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang, dan gerakan pelanggan di sektor perdagangan.

Menurut Ruslan (2005 : 20), citra perusahaan terkait dengan bagaimana perusahaan dipandang sebagai tujuan utama, termasuk dalam hal menciptakan citra perusahaan yang positif, dikenal, dan diterima oleh publiknya. Hal ini dapat meliputi sejarah perusahaan, kualitas pelayanan yang prima, keberhasilan di bidangnya, upaya pemasaran, tanggung jawab sosial, dan lain sebagainya. Dalam konteks ini, Public Relations bertanggung jawab penuh terhadap citra perusahaan agar mampu mempengaruhi harga sahamnya dan tetap memiliki nilai yang tinggi untuk bersaing di pasar saham.

Soemirat dan Ardianto (2004 : 23) menjelaskan bahwa komunikasi memiliki efek kognitif yang signifikan dalam pembentukan citra seseorang. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi yang diterima individu tersebut. Komunikasi tidak langsung menyebabkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan sekitar. Dalam model input-output Public Relations, proses internal yang terjadi adalah pembentukan citra, sedangkan input adalah stimulus yang diberikan, dan output adalah tanggapan atau perilaku tertentu.

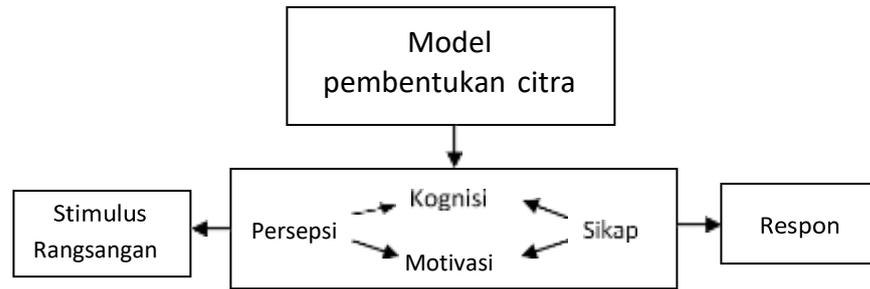
Dengan demikian, citra merupakan pandangan seseorang terhadap suatu perusahaan atau organisasi. Pandangan tersebut dapat terbentuk melalui kesan pertama atau pengalaman-pengalaman yang dialami, berdasarkan fakta dan realitas yang ada. Citra perusahaan memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi persepsi publik dan membentuk hubungan yang baik dengan stakeholder dan pasar secara keseluruhan.

2.4.1. Pembentukan Citra

Citra dihasilkan melalui tanggapan dari individu yang dilakukan dengan dasar informasi serta pengetahuan mengenai apa yang sebenarnya terjadi. John Nimpoeno menyampaikan adanya pembentukan citra yang digambarkan melalui rangsangan, persepsi, kognisi, motivasi dan sikap. Model pembentukan citra dari John Nimpoeno (Soemirat, 2007:110), yaitu

:

Gambar 2. 3 Teori Pembentukan Citra



Sumber : John Nimpoeno, (2007)

Bagan tersebut merupakan model pembentukan citra dari John Nimpoeno. Soemirat (2007, p.115-116) melengkapi bahwa proses pembentukan citra dapat dilalui dengan beberapa tahapan atau faktor seperti pada bagan diatas. Tahapan – tahapan tersebut terdapat pada elemen – elemen pada bagan, yaitu terdapat stimulus, persepsi, kognisi, motivasi, sikap, tindakan, dan respon.

Dalam suatu proses pembentukan citra suatu organisasi/perusahaan, hasil yang diperoleh adalah dengan adanya perilaku, pola pikir, atau kegiatan – kegiatan tertentu. Usaha – usaha dapat dilakukan untuk memastikan adanya suatu pengetahuan mengenai citra dari suatu perusahaan/organisasi di dalam benak masyarakat, beberapa diantaranya adalah

Dynamic: Active, Attention-getting, Pioneering, Goal-oriented

a. *Cooperative: Eager to please, Friendly, Well liked*

Business: Persuasive, Shrewd, Well organized, Wise

b. *Character: Ethical, Reputable, Respectable*

c. *Successful: Financial performance, Self confidence*

d. *Withdrawn: Aloof, Cautious, Secretive*

2.5. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian yang dapat memperkuat akan hasil penelitian Peran Humas Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Setda Kota Medan dalam Membentuk Citra Positif Wali Kota Medan Bobby Nasution yaitu sebagai berikut :

Tabel 2. 1 Daftar Penelitian Terdahulu

No.	Penulis/Tahun/Sumber	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Evawani Elysa Lubis/2012/Jurnal Ilmu Administrasi Negara	Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah	Persamaan dengan penelitian ini terletak pada metode penelitian yang akan digunakan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Selain itu Data diinterpretasikan dengan metode interaktif sebagaimana yang dilakukan oleh teori Miles dan Huberman.	Perbedaan dengan penelitian sebelumnya terletak pada lokasi dan waktu penelitian. Pada penelitian terdahulu penelitian dilakukan di Sekretariat Daerah Provinsi Riau yang berlokasi di Jl. Jendral Sudirman no 460 Pekanbaru-Riau. Lokasi ini dipilih karena tempat ini adalah pusat aktivitas kehumasan Pemerintah Provinsi Riau dilakukan sedangkan penelitian terkini terletak pada Kantor Wali Kota Medan yang berlokasi di l. Kapten Maulana Lubis No. 2, Kota Medan, Sumatera Utara.
2.	Sisilia Herlina/2015/www.publikasi.unitri.ac.id	Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang	Persamaan penelitian terkini dengan penelitian terdahulu yaitu menggunakan jenis penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian yang akan dicapai diharapkan dapat menunjukkan strategi komunikasi Public Relations di Bagian Humas Pemerintah dengan melaksanakan dua komunikasi adalah komunikasi internal dan komunikasi external. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu wawancara dan dokumentasi. Teknik wawancara yang dilakukan yaitu wawancara langsung kepada pihak badan Humas Pemerintahan guna mendapatkan informasi yang lebih luas serta mendalam untuk dapat dijadikan bahan pembahasan dari hasil penelitian. Kemudian dalam proses penelitian ini, juga melakukan wawancara melalui email. Selain itu, dokumentasi yang dilakukan yaitu berupa sumber tertulis seperti buku, bahan laporan dan sebagainya.	Perbedaan penelitian terkini dengan penelitian terdahulu terletak pada lokasi penelitian. Penelitian terdahulu berlokasi di Bagian Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Malang sementara penelitian terkini akan dilakukan pada Humas Prokopim Kantor Wali Kota Medan.
3.	Dewi Resmanasari/2022/Jurnal Ekonomak Vol. 8 No. 2 Agustus 2022	Pengaruh Komitmen dan Budaya Organisasi terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Bagian	Persamaan dengan penelitian terdahulu terletak pada penggunaan teori komunikasi dalam pegawai mempersepsikan karakteristik	Penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Komitmen dan Budaya Organisasi terhadap Efektivitas Kerja

No.	Penulis/Tahun/Sumber	Judul	Persamaan	Perbedaan
		Prokopim pada Sekretariat Daerah Kota Sukabumi	dari budaya suatu organisasi.	Pegawai Bagian Prokopim pada Sekretariat Daerah Kota Sukabumi sedangkan penelitian terkini bertujuan untuk mengetahui peran dan strategi Humas Prokopim dalam membentuk citra Wali Kota Medan. Sampel penelitian terdahulu juga diambil dari populasi menggunakan teknik purposive sampling, yaitu 63 orang responden sedangkan sampling peneliti terkini berjumlah 10 orang responden. Metode Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda serta uji hipotesis secara parsial maupun simultan sedangkan penelitian terkini menggunakan metode metode observasi partisipan. Metode ini memungkinkan peneliti untuk terjun langsung ke lokasi dan berpartisipasi dalam penelitian.
4.	Kelvin Kurniawan, Otto Bambang Wahyudi, & Titi Nur Vidyarini/2021/ JURNAL E-KOMUNIKASI VOL 9 NO.2 TAHUN 2021	Citra Pemerintah Provinsi Jawa Timur Pasca Penerapan PSBB Surabaya Raya Di Mata Masyarakat Surabaya Raya	Persamaan penelitian terkini dengan penelitian terdahulu terletak pada menggunakan teori citra pada tinjauan pustaka.	Perbedaan penelitian terkini dengan penelitian terdahulu terletak pada metode penelitian. Penelitian terdahulu menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan metode kuantitatif sedangkan penelitian terkini menggunakan metode deskriptif kualitatif.
5.	Aat Ruchiat Nugraha, Diah Fatma Sjoraida, Evi Novianti/2022/ http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas	Analisis strategi humas pemerintahan era milenial dalam menghadapi tata kelola informasi publik	Persamaan penelitian terkini dengan penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif. Pemilihan metode penelitian kualitatif ini merupakan perwujudan asumsi dasar yang penulis yakini berdasarkan teoritis yang dianut.	Perbedaan penelitian terkini dengan penelitian terdahulu terletak pada lokasi dan waktu penelitian. Penelitian terdahulu berada di Diskominfo Purwakarta pada tahun 2021 sedangkan penelitian terkini berlokasi di Kantor Wali Kota Medan dan dijadwalkan dilaksanakan pada tahun 2023.

Sumber : Peneliti, (2023)

2.6. Kerangka Berpikir

Tinjauan Pustaka tentang Humas Protokol dan Komunikasi

Pimpinan: Memperkenalkan konsep dan teori terkait peran Humas

Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam membangun citra publik,

manajemen komunikasi politik, dan hubungan dengan media. Teori Citra Publik dan Reputasi: Mempertimbangkan teori-teori mengenai citra publik, reputasi, dan pengaruhnya terhadap persepsi masyarakat terhadap pejabat publik.

Kerangka berpikir penelitian “Peran Humas Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) dalam Membentuk Citra Wali Kota Medan Bobby Nasution” dapat dibentuk sebagai berikut :

Gambar 2. 4. Kerangka Berpikir



Sumber : Peneliti, (2023)

2.7. Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik analisis data yang sesuai seperti analisis wacana, analisis tematik atau analisis statistik untuk menganalisis data yang terkumpul. Menentukan pendekatan penelitian yang sesuai seperti penelitian kualitatif untuk mengumpulkan data yang relevan. Menginterpretasikan temuan dan membahas implikasi hasil penelitian dalam konteks peran Humas Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam memperkuat pembentukan citra Wali Kota Medan dan meningkatkan efektivitas komunikasi dengan masyarakat, media dan pemangku kepentingan lainnya.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti akan gunakan dalam melaksanakan penelitian ini adalah jenis penelitian Deskriptif dengan pendekatan Kualitatif. Menurut Anggito & Setiawan (2018:9-10) dalam penelitian kualitatif menganalisis sebuah fenomena tidak menggunakan angka melainkan lebih mengarah kepada narasi yang mengimplementasikan pemikiran mengenai masalah-masalah di lingkungan sosial berdasarkan fakta dan teori yang ada sehingga menghasilkan sebuah pemahaman yang dapat di implementasikan terhadap situasi yang relatif sama dalam ruang lingkup yang berbeda.

Menurut Jaya (2020:5-6) menjelaskan bahwa teknik penelitian kualitatif adalah proses berpikir secara realistis berdasarkan fakta yang diungkapkan dalam narasi yang jelas berdasarkan pemikiran yang rasional sehingga mampu diterima dan dipahami oleh masyarakat secara umum. Dalam penelitian kualitatif menggunakan proses yang membutuhkan sebuah perencanaan yang rinci dan jelas serta terarah sesuai dengan waktu serta permasalahan yang ada sehingga menghasilkan sebuah penelitian yang dapat dijadikan sebagai dasar untuk memberikan perkembangan dan solusi terhadap sebuah permasalahan tanpa menggunakan pengukuran dan data statistik.

Menurut Moleong (2017: 6), penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik

dan melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, di kejadian tertentu. Fokus penelitian kualitatif lebih pada kualitas daripada jumlah, dan informasi yang dikumpulkan berasal dari wawancara, observasi langsung, dan dokumen resmi pemerintah terkait apa yang akan diteliti.

3.2. Waktu Dan Lokasi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian yang akan dilaksanakan untuk penelitian ini bertempat di Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Kantor Pemerintahan Kota Medan yang berlokasi di Jalan Kapten Maulana Lubis No.2, Petisah Tengah, Kec. Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara, 20231

2. Waktu Penelitian

Dalam melaksanakan kegiatan penelitian, peneliti membutuhkan lama waktu yang digunakan sekitar 2 bulan, dimulai sekitar bulan Mei hingga Juni 2023 setelah dilaksanakan seminar proposal dan revisi.

3.3. Sumber Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan 2 sumber data untuk menganalisis penelitian. Adapun dua sumber data yang penulis gunakan adalah:

3.3.1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari hasil analisis atau observasi dari lapangan saat proses penelitian berlangsung. Dalam penelitian ini penulis akan memperoleh data primer yang diambil

berdasarkan hasil kerja dan perencanaan yang telah dibuat oleh Humas seperti perencanaan program yang sudah dibuat dan sedang berjalan sampai saat ini. Peneliti dalam hal ini menggunakan metode observasi partisipan. Metode ini memungkinkan peneliti untuk terjun langsung ke lokasi dan berpartisipasi dalam penelitian.

Subyek penelitian adalah informan yang memberikan data penelitian melalui wawancara. Informan dalam penelitian ini adalah pihak humas Protokol Komunikasi dan Pimpinan (Prokopim) yang terdiri dari kepala bagian humas, jurnalis dan reporter sebagai peliput dan penerbit berita atau konten Wali Kota Medan Bobby Nasution.

Sangat penting untuk memverifikasi kebenaran data untuk mencegah kesalahan atau kesalahpahaman dalam informasi yang telah dikumpulkan. Verifikasi keakuratan data menggunakan teknik triangulasi, ketekunan observasi, dan peer review berdasarkan standar derajat kepercayaan (Moleong, 2002: 8).

Oleh karena itu penulis berkesempatan untuk bergabung dan ikut serta dalam kegiatan peliputan serta dokumentasi dan publikasi yang dilakukan oleh Humas Prokopim Pemerintah Kota (Pemko) Medan. Peneliti menggunakan data primer untuk mengetahui implementasi strategi yang sudah berjalan dan dampaknya terhadap peran dan kendala yang dialami Humas Prokopim Pemerintah Kota (Pemko) Medan.

3.3.1.1. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian memiliki peran yang sangat penting dalam mengumpulkan data dan informasi. Afrizal (2016:139)

mendefinisikan informan penelitian sebagai orang yang memberikan informasi tentang diri mereka sendiri, orang lain, suatu kejadian, atau suatu hal kepada peneliti atau pewawancara mendalam. Dalam menentukan informan, peneliti menggunakan teknik purposive sampling, yang berarti pemilihan informan dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria informan yang ditentukan dalam penelitian ini yakni adalah karyawan yang bekerja di Bagian Dokumentasi Pimpinan Prokopim dalam tempo waktu yang lama lebih dari setahun serta memiliki banyak pengetahuan dan pengalaman terkait program kerja kehumasan Wali Kota Medan dan terlibat langsung dalam kegiatan peliputan dan dokumentasi Wali Kota Medan Bobby Nasution dan Pemerintahan Kota (Pemko) Medan.

a. Informan Kunci

Menurut Afrizal (2016:139) Informan kunci adalah informan yang memiliki informasi secara menyeluruh tentang permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Yang menjadi informan kunci dalam penelitian ini adalah Kepala Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan (Prokopim) yaitu Bapak Hendra Tarigan, S.Sos.

b. Informan Utama

Menurut Afrizal (2016:139) Informan utama adalah orang yang mengetahui secara teknis dan detail tentang masalah penelitian yang akan dipelajari. Yang menjadi informan utama dalam penelitian ini adalah Pegawai Dokumentasi Pimpinan yaitu:

Kemala Utari, S.I.Kom, Kiki Afrylianty Rezwy, S.Psi, Muhammad Alpido Syahputra, S.E dan Iskandar, S.H.

c. Informan Tambahan

Menurut Afrizal pada tahun 2016, dalam penelitian kualitatif, informan tambahan adalah individu yang dapat menyediakan informasi tambahan yang melengkapi analisis dan pembahasan. Yang menjadi informan tambahan dalam penelitian ini adalah Juan Marbun dan Jericho Manik selaku masyarakat Kota Medan.

3.3.2. Data Sekunder

Setelah menggunakan data primer, peneliti juga menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui data studi riwayat kegiatan yang dipublikasikan oleh humas Prokopim Wali Kota Medan seperti melalui website dan sosial media resmi dan melalui pemberitaan media yang mempublikasikan kegiatan serta program yang dilakukan Wali Kota dan Wakil Wali Kota Medan pada masyarakat kota Medan.

Dalam penelitian kualitatif, peristiwa yang dikumpulkan selama kerja lapangan digunakan sebagai dasar untuk kontekstisasi, klasifikasi, dan pengembangan deskripsi. Akibatnya, sulit untuk memisahkan tugas pengumpulan data dan analisis data. Keduanya terjadi secara bersamaan, dan prosesnya bersifat partisipatif dan bersiklus daripada berurutan. Menurut Miles dan Huberman (1992:20), menafsirkan data penelitian kualitatif memerlukan langkah-langkah berikut

Gambar tersebut mengilustrasikan bagaimana pengumpulan dan analisis data adalah proses yang interaktif; tindakan yang melibatkan pengumpulan data sangat penting untuk analisis data. Reduksi data adalah proses mengakhiri data dan mengaturnya menjadi unit konseptual, kategori, dan topik tertentu. Hasil reduksi data tersebut kemudian diolah untuk memberikan tambahan informasi kepada figur tersebut. Untuk memudahkan penjelasan dan validasi kesimpulan, dapat berupa sketsa, sinopsis, matriks, atau format lainnya. Metode ini melibatkan komunikasi bolak-balik yang konstan.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik utama pengumpulan data dalam penelitian kualitatif meliputi observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Tujuan dari teknik-teknik ini tidak hanya untuk mengumpulkan data, tetapi juga untuk mengungkapkan makna yang terkandung dalam konteks penelitian. Melalui observasi partisipatif, peneliti terlibat secara aktif dalam kegiatan di lapangan, sehingga memungkinkan mereka untuk mengamati dengan lebih baik karena turut berbaur dengan subjek yang diteliti.

Teknik pengumpulan data pada penelitian untuk memperoleh hasil penelitian yang valid adalah sebagai berikut:

1. Observasi yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung di Kantor Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Setda Kota Medan. Observasi terbagi atas dua, yaitu observasi partisipan dan observasi non partisipan, dalam hal ini peneliti bertindak sebagai

observasi non partisipan dimana peneliti mengamati secara langsung pekerjaan pegawai humas dalam berkomunikasi dan mempublikasikan kegiatan Wali Kota Medan.

2. Wawancara mendalam yaitu melakukan wawancara secara terstruktur untuk memperoleh data yang akurat dari informan. Wawancara ini bertujuan untuk memperkuat hasil observasi mengenai peran humas Prokopim sebagai pembentuk citra, fasilitator komunikasi dan mengevaluasi hambatan dalam melakukan kegiatan Publikasi dan Dokumentasi Wali Kota Medan.
3. Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak melibatkan interaksi langsung dengan subjek penelitian. Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan informasi dari dokumen atau catatan-catatan tertulis yang ada. Dalam teknik dokumentasi, peneliti mencari data dari berbagai sumber seperti catatan-catatan, arsip-arsip, dan dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan.
4. Triangulasi merupakan pendekatan terbaik untuk mengurangi perbedaan-perbedaan yang mungkin muncul dalam konteks suatu studi saat mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan pandangan yang berbeda. Dengan menggunakan triangulasi, peneliti dapat memeriksa kembali temuan-temuannya dengan membandingkannya melalui berbagai sumber, metode, atau teori yang berbeda. Peneliti menggunakan triangulasi sumber sebagai metode atau pendekatan dalam pengumpulan data untuk mengkonfirmasi temuan dan mencapai

sudut pandang yang lebih lengkap tentang fenomena yang diteliti. Triangulasi sumber merupakan teknik untuk menguji kredibilitas data yang diperoleh dengan cara memeriksa beberapa sumber data antara lain Kassubag Prokopim, karyawan dokumentasi pimpinan Prokopim serta masyarakat Kota Medan dan data sekunder yang berupa artikel-artikel relevan kemudian dideskripsikan, dikategorisasikan, dan dianalisis sehingga didapatkan kesimpulan dari penelitian.

Dengan menggunakan jenis triangulasi ini, peneliti dapat menghasilkan analisis yang lebih kuat dan mendalam, sehingga meningkatkan kepercayaan pada hasil penelitian.

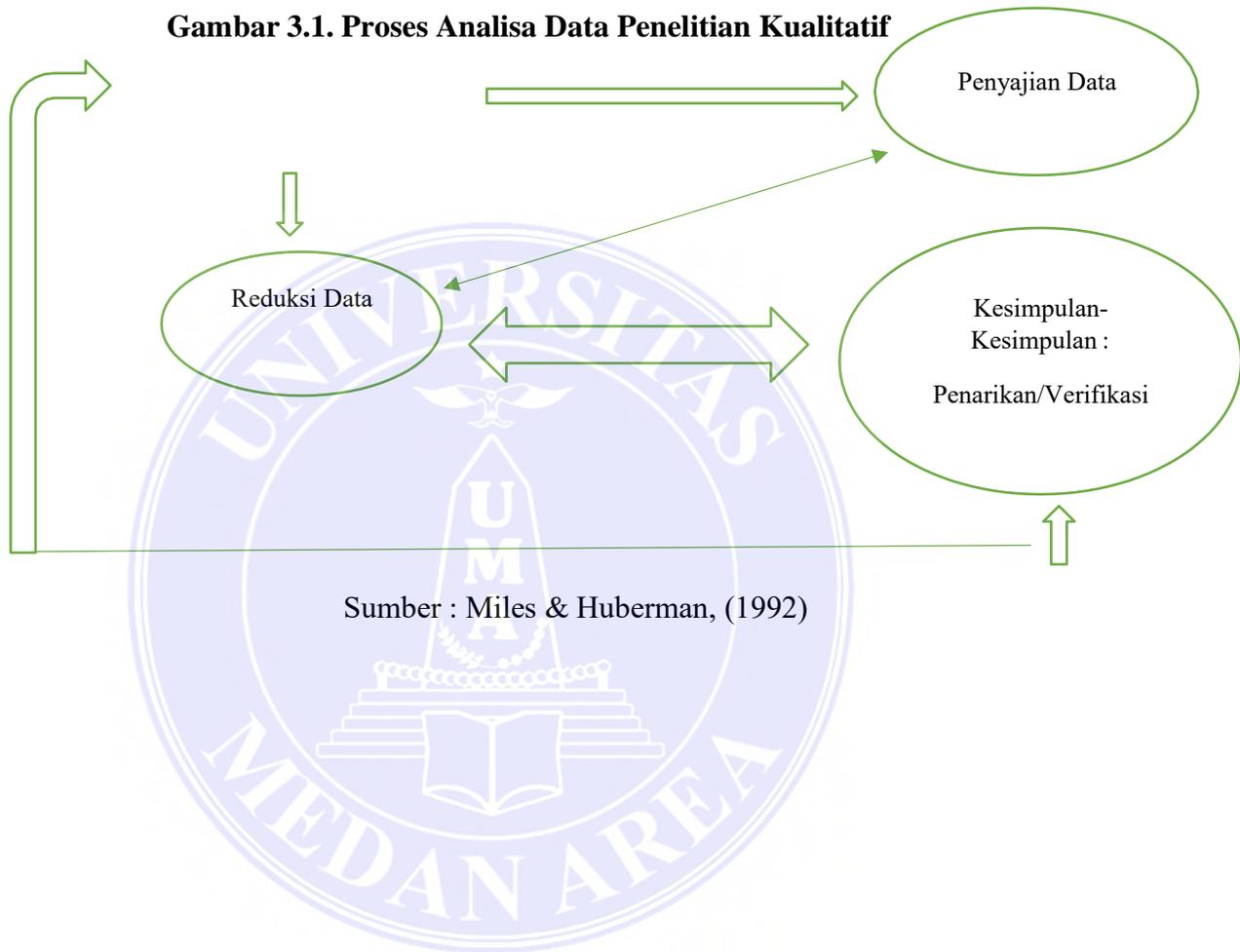
3.5. Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan tematik digunakan dalam analisis data kualitatif, terutama dalam wawancara, wawancara kelompok, atau analisis dokumen. Ini melibatkan pengidentifikasian, kategorisasi, dan interpretasi tema-tema yang muncul dari data. Analisis tematik membantu dalam memahami pola, persepsi, atau konsep yang muncul dari data kualitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk memahami fenomena komunikasi secara mendalam dan kontekstual. Ini melibatkan pengumpulan dan analisis data kualitatif seperti wawancara, observasi, atau dokumen. Metode analisis kualitatif mencakup analisis tematik, analisis naratif, atau analisis *grounded*.

Dalam penelitian kualitatif, peristiwa yang dikumpulkan selama kerja lapangan digunakan sebagai dasar untuk konteksisasi, klasifikasi, dan pengembangan deskripsi. Akibatnya, sulit untuk memisahkan tugas

pengumpulan data dan analisis data. Keduanya terjadi secara bersamaan, dan prosesnya bersifat partisipatif dan bersiklus daripada berurutan. Menurut Miles dan Huberman (1992:20), menafsirkan data penelitian kualitatif memerlukan langkah-langkah berikut

Gambar 3.1. Proses Analisa Data Penelitian Kualitatif



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dikemukakan dalam penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

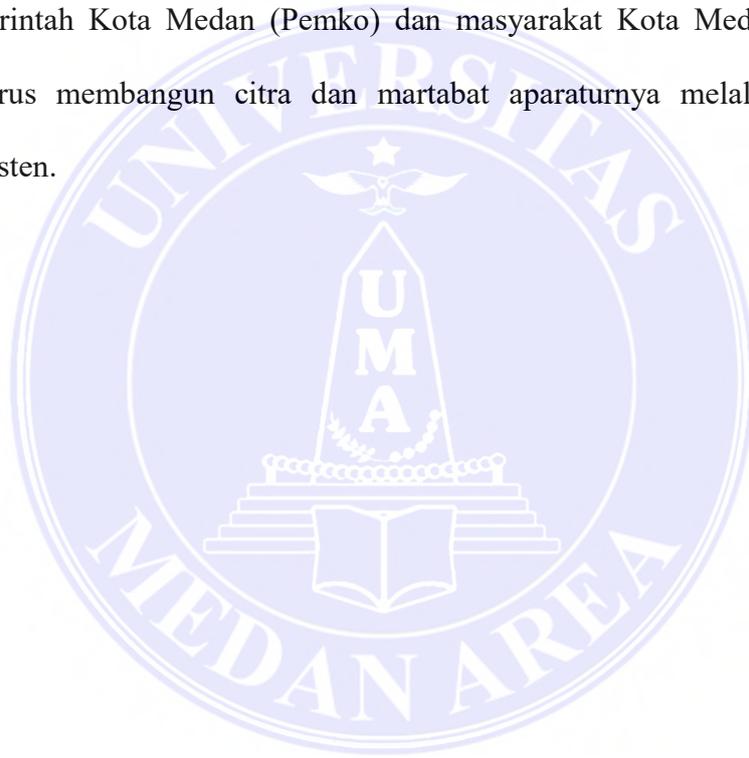
1. Peran kehumasan yang dilakukan Bagian Dokumentasi Pimpinan Prokopim Pemerintah Kota (Pemko) Medan tentunya sangat berpengaruh terhadap citra Wali Kota Medan Bobby Nasution. Berbagai macam kegiatan dokumentasi dan publikasi tentang kegiatan Wali Kota, Wakil Wali Kota serta Pemerintah Kota (Pemko) Medan dapat terlaksana dengan baik disebabkan terbentuknya sistem kehumasan di ruang lingkup Prokopim berjalan dengan baik. Selain itu, Bagian Dokumentasi dan Peliputan Prokopim Pemerintah Kota (Pemko) Medan juga turut memelihara hubungan baik dengan masyarakat Kota Medan. Bagian Dokumentasi Pimpinan Prokopim selalu melibatkan langsung masyarakat Kota Medan dalam kegiatan dokumentasi dan peliputan sehingga semakin meningkatnya kepercayaan publik terhadap kepemimpinan Wali Kota Medan Bobby Nasution dan jajarannya. Bagian Dokumentasi Pimpinan Prokopim Pemerintah Kota (Pemko) Medan secara aktif dan masif memberikan respon yang cepat dan tanggap jika ada pemberitaan atau kabar hoax mengenai Wali Kota Medan Bobby Nasution dan lingkungan Kota Medan. Berkat respon yang cepat tanggap ini menghasilkan kepercayaan masyarakat Kota Medan terhadap Wali Kota Medan Bobby Nasution menjadi semakin meningkat.
2. Humas Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Pemerintah Kota (Pemko) Medan dengan cepat menemukan solusi dan jalan keluar atas berbagai

macam hambatan yang terjadi pada saat kegiatan dokumentasi dan peliputan 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.

5.2. Saran

1. Peran Bagian Dokumentasi Pimpinan Prokopim dalam membangun citra Wali Kota Medan Bobby Nasution di Kota Medan baik melalui pengamatan peneliti, juga melalui informasi yang diperoleh dari semua pihak responden bahwa segala sesuatunya yang berhubungan dengan konsentrasi penelitian, sudah berjalan cukup baik, didalam menyampaikan informasi-informasi mengenai program penyelenggaran pemerintah, dan semua *stakeholder*, disadari bahwa peran kehumasan dimaksud, sangat spesial dan efektif didalam pelaksanaan tata pemerintahan khususnya dalam upaya penyediaan jasa pelayanan, informasi dan pembinaan secara merata. Dalam menjalankan peran kehumasan dalam membangun dan menciptakan hubungan antara pemerintah dan masyarakat, fokus utama harus diberikan pada transparansi informasi. Peran kehumasan harus bersikap netral tanpa afiliasi dengan pihak manapun. Dalam upaya membangun citra dan reputasi pemerintah, Tugas Pokok dan Fungsi Kehumasan harus dilakukan secara terus-menerus. Hal ini mencakup penyaluran opini masyarakat secara umum, serta memberikan masukan positif dan inovatif kepada pemerintah untuk menciptakan hubungan kepentingan yang searah dan menghasilkan aspirasi yang diharapkan.

2. Selanjutnya, untuk mengatasi faktor-faktor penghambat dalam peran kehumasan untuk membangun citra dan reputasi Wali Kota Medan Bobby Nasution, penting untuk memiliki Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) yang memiliki sistem dan manajemen yang baik. Aparatur yang terlibat dalam kehumasan harus profesional dan proporsional dalam bidang dan disiplinnya, sehingga dapat menyampaikan informasi dengan akurasi yang tinggi. Selain itu, penting juga untuk membina hubungan yang baik antara Pemerintah Kota Medan (Pemko) dan masyarakat Kota Medan, serta terus-menerus membangun citra dan martabat aparaturnya melalui upaya yang konsisten.



DAFTAR PUSTAKA

- Alifahmi, H. (2015). *Integrating Corporate and Marketing Communications: Delapan Model Kolaborasi Branding, Public Relations, Iklan, dan Promosi*. PUBLIC
- Alwasilah, A. C. (2022). *Pokoknya studi kasus: Pendekatan kualitatif*. Kiblat Buku Utama.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Ardianto, E. (2009). *Public Relations Praktis (Edisi Pert)*. Jakarta: Widya Padjajaran.
- _____ (2004). *Teori dan metodologi penelitian "public relations"*. Mediator: Jurnal Komunikasi, 5(2), 231-241.
- Ardianto, A. O. (2011). *Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian brand maternal disaster di Kota Madiun* (Doctoral dissertation, Universitas Katolik Widya Mandala Madiun).
- Arni, Muhammad. 2011. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Pace, R. W., & Faules, D. F. (2001). *Komunikasi Organisasi: strategi meningkatkan kinerja perusahaan*.
- Atmaja, Suhendra, and Rosmala Dewi. "Komunikasi Organisasi (Suatu Tinjauan Teoritis Dan Praktis)." *Inter Komunika* 3.2 (2018): 192-206.
- Baines, P., Egan, J., & Jefkins, F. (2003). *Public Relations: Contemporary issues and techniques*. Routledge.
- Banjarnahor, A. R., Purba, S., Handiman, U. T., Sesilia, A. P., Simatupang, S., Kato, I., & Sianipar, J. H. (2022). *Dasar Komunikasi Organisasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Bidhari, N. R. (2012). *Aktivitas Keprotokolan Humas Pemerintah Kabupaten Gresik Sebagai Upaya Pencitraan Positif* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Gassing, S. S., & Suryanto. (2016). *Public Relations*. Yogyakarta:
- HASTUTI, A. D. (2012). *Fungsi Public Relations (Humas) Pemerintah Kabupaten Sragen Dalam Pembentukan Citra Positif Kabupaten Sragen* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta)

- Herliani, F. (2021). *Model Komunikasi Humas Pemerintah Kabupaten Hulu Sungai Tengah Dalam Menyebarkan Informasi Keagamaan*.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata. Anak Hebat Indonesia*.
- Jefta Ahfadyusron, M. (2017). *Efektivitas Fungsi Humas Pemerintah Kabupaten Jember Dalam Membangun Komunikasi Dengan Masyarakat Melalui Media Massa (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Jember)*.
- Kartika, R. (2020). *Penerapan Media Relations dalam Mempertahankan Reputasi Kementerian Pertanian Republik Indonesia. Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 3(1), 48-57*.
- Kurniawan, K., Wahyudi, O. B., & Vidyarini, T. N. (2021). *Citra Pemerintah Provinsi Jawa Timur Pasca Penerapan PSBB Surabaya Raya Di Mata Masyarakat Surabaya Raya. Jurnal e-Komunikasi, 9(2)*.
- Kusumastuti, F. (2004). *Dasar-dasar Hubungan Masyarakat*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Lattimore. 2010. *Public Relation Profesi & Praktek*. Selemba Humanika.
- Meinanda, Teguh. 2008. *Tanya Jawab Dasar-Dasar Publik Relation*. Cetakan Kedua, Armico. Bandung.
- Lubis, E. E. (2012). *Peran humas dalam membentuk citra pemerintah*. Jiana (Jurnal Ilmu Administrasi Negara), 12(1).
- Meinanda, Teguh. 2008. *Tanya Jawab Dasar-Dasar Publik Relation*. Cetakan Kedua, Armico. Bandung.
- Meranti, & Irwansyah. (2018). *Kajian humas digital: Transformasi dan kontribusi Industri 4.0 pada Stratejik Kehumasan*. Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi, 7(1), 27–36. <https://doi.org/10.2527/jas20125761>
- Moleong, L. J. (2019). *Moleong. Metode Penelitian Kualitatif*.
- Mulyana, D. (2013). *Metode penelitian komunikasi: Contoh-contoh penelitian kualitatif dengan pendekatan praktis*.
- Nova, F. (2011). *Crisis public relations: strategi public relations menghadapi krisis, mengelola isu, membangun citra, dan reputasi perusahaan*. Jakarta: Rajawali Grafindo Persada.

- Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., & Novianti, E. (2021). *Analisis strategi humas pemerintahan era milenial dalam menghadapi tata kelola informasi publik*. *PROfesi Humas*, 6(2), 286-310.
- Onong, E. U. (1989). *Kamus Komunikasi*. Bandung: Mandar Maju.
- Panuju, R. (2018). *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi: Komunikasi sebagai Kegiatan Komunikasi sebagai Ilmu*. Kencana.
- Permadi, I., Sobar, A., & Fathussyaadah, E. (2021). *Budaya Organisasi dan Kepemimpinan Transformasional Tantangan Peningkatan Kinerja Karyawan*, 1436-1443.
- Moore, F. (2005). *Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Purba, B., Gaspersz, S., Bisyri, M., Putriana, A., Hastuti, P., Sianturi, E., ... & Giswandhani, M. (2020). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar*. Yayasan Kita Menulis.
- Resmanasari, D. (2022). *Pengaruh Komitmen dan Budaya Organisasi terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Bagian Prokopim*. *Jurnal Ekonomak*, 8(2), 13-24.
- Ruslan, R. (2006). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Silvani, Irene. 2020. *Komunikasi Organisasi*. Surabaya: PT Scopindo Media Pustaka
- Simamora, P. R. T. (2021). *Komunikasi Organisasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Soemirat, S., Ardianto, E. (2007). *Dasar – Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sutojo, S. (2004). *Membangun citra perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 160.
- Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 *tentang Pemerintahan Daerah* (1999)
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 *tentang Pemerintahan Daerah* (2014)
- Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 *tentang Pemerintahan Daerah* (2004)
- Wardhani, D. (2008). *Media Relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Widajanto, S. F. H. M. (2017). *Upaya Humas Pemerintah Kota Batu Dalam Membangun Komunikasi Publik Di Era Otonomi Daerah* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Widjaja, H. A. W. (2008). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wulandari, C. (2017). *Strategi humas Pemprov Jambi dalam mensosialisasikan program tuntas (tertib, unggul, nyaman, tangguh, adil, dan sejahtera)*. (Doctoral dissertation, UIN RADEN FATAH PALEMBANG).



Lampiran 1

DRAFT WAWANCARA

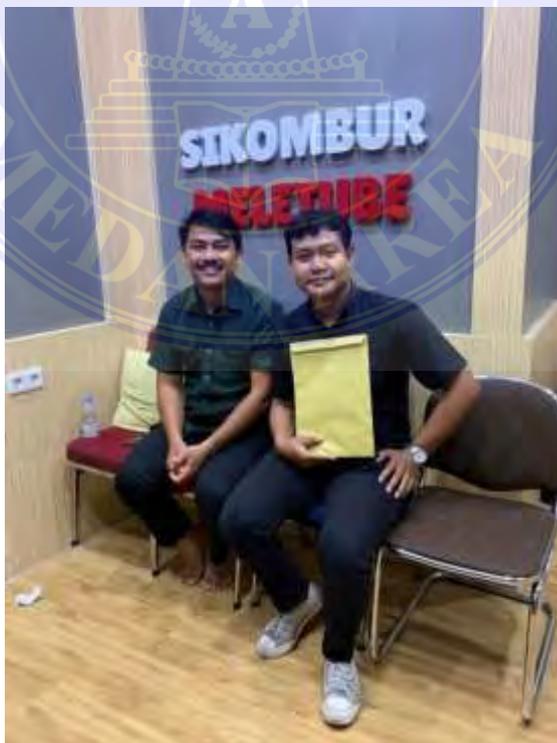
No.	Pertanyaan
1.	Apa saja kegiatan/acara rutin yang dilaksanakan Humas Prokopim Wali Kota Medan ?
2.	Apakah Humas Prokopim Wali Kota Medan sering menggunakan media untuk menyebarluaskan informasi yang ada?
3.	Media apa yang digunakan humas Prokopim Wali kota Medan dalam menciptakan berita? (press relase, news latter, bulletin)
4.	Bagaimana strategi Public Relation yang digunakan Humas Prokopim Wali Kota Medan dalam menciptakan berita tentang Wali Kota Medan?
5.	Apakah humas Prokopim Wali Kota Medan mengadakan kontak social dengan kelompok masyarakat?
6.	Bentuk kegiatan seperti apa yang dilakukan Humas Prokopim dengan kelompok masyarakat?
7.	Bagaimana strategi humas Prokopim Wali Kota Medan dalam memberikan informasi kepada masyarakat untuk membentuk citra positif Wali Kota Medan?
8.	Strategi seperti apa yang digunakan humas Prokopim dalam membentuk citra Kota Medan yang berkah, maju dan kondusif ?
9.	Apa saja fasilitas yang dibawa saat melakukan peliputan kegiatan Wali Kota Medan?
10.	Apakah ada disediakan transportasi kepada pegawai humas prokopim dalam melakukan aksi peliputan?
11.	Apa saja yang menjadi hambatan dalam melakukan peliputan dan penerbitan berita mengenai Wali Kota Medan?
12.	Bagaimana pegawai humas Prokopim dalam menyikapi hambatan tersebut?
13.	Bagaimana cara Prokopim dalam mengidentifikasi dan mengklarifikasi tentang informasi miring (hoax) mengenai Wali Kota Medan?
14.	Bagaimana cara humas Prokopim dalam mengimplementasikan program yang sudah direncanakan untuk membentuk citra positif Wali Kota Medan?
15.	Langkah-langkah yang sudah dilakukan untuk mengimplementasikannya?
16.	Menggunakan media apa saja?
17.	Setelah program itu di rencanakan apakah ada perubahan atau peningkatan yang signifikan terhadap citra Wali Kota Medan Bobby Nasution?
18.	Bagaimana cara humas dalam menilai apakah program yang sudah dilakukan berhasil/tidak dalam membentuk citra positif Wali Kota Medan Bobby Nasution?

Lampiran 2

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Kasubbag Dokumentasi Pimpinan Bapak Hendra Tarigan, S.Sos.



**Wawancara dengan Pegawai Dokumentasi Pimpinan
M. Alpido Sahputra, S.E**



Wawancara dengan Pegawai Dokumentasi Pimpinan Kemala Utari, S.I.Kom



Wawancara dengan Pegawai Dokumentasi Pimpinan Kiki Afrylianty Rezwy S.Psi



Wawancara dengan Bendahara Prokopim Bapak Iskandar, S.H.

Lampiran 4

Surat Keterangan Selesai Riset



PEMERINTAH KOTA MEDAN
BADAN RISET DAN INOVASI DAERAH

Jalan Jenderal Besar A. H. Nasution Nomor 32 Medan Kode Pos 20143
Telp. (061) 7873439 Fax. (061) 7873314
E-mail : brida@pemkomedan.go.id Website : www.brida.pemkomedan.go.id

SURAT KETERANGAN SELESAI RISET

Nomor : 000.9/1317

Berdasarkan Surat Keterangan Riset dari Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan Nomor 000.9/0716 Tanggal 25 Mei 2023, dengan ini memberikan kepada nama di bawah ini :

Nama : Alfred Nobel Simbolon
NIM : 198530069
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Lokasi : Kantor Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Setda Kota Medan
Lamanya : 1 (satu) Bulan
Penanggung Jawab : Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Bahwa yang bersangkutan tersebut di atas telah menyelesaikan Riset di bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Setda Kota Medan.

Demikian surat ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : M e d a n
Pada Tanggal : 20 Juli 2023



Ditandatangani secara elektronik oleh :
KEPALA BADAN RISET DAN INOVASI DAERAH
KOTA MEDAN,

MANSUR SYAI, S. Sos., M. AP
Pembina Tk. II (P.70)
NIP. 196801091989091001

Tembusan :

1. Wali Kota Medan (sebagai Laporan).
2. Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Setda Kota Medan.
3. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
4. Arsip.



- Dokumen ini telah diunggah secara elektronik, menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan Baku Sertifikasi Elektronik No. 11 Tahun 2016 Pasal 5 ayat 1 huruf a dan b. Dokumen ini dapat diakses melalui alamat www.baku-sertifikasi.go.id