

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Impression management atau manajemen kesan merupakan upaya seseorang untuk mengendalikan cara orang lain memandang dirinya. Individu secara sadar mengatur perilaku, ekspresi, dan penampilannya untuk menciptakan citra tertentu, agar sesuai dengan harapan sosial atau untuk mencapai tujuan tertentu, seperti mendapat simpati, persetujuan, atau penghormatan.

Impression management Humas Bapenda Jawa Barat menjadi fenomena yang saat ini marak diperbincangkan oleh masyarakat. Pasalnya Humas Bapenda Jabar merupakan bagian dari instansi pemerintahan yang seluruh kebutuhan operasionalnya telah dijamin oleh negara, termasuk kompensasi berupa gaji, tunjangan, dan fasilitas penunjang lainnya. Tugas utama mereka memberikan pelayanan yang optimal kepada masyarakat.

Pada era modern ini, masyarakat semakin kritis dan memiliki tingkat kesadaran yang tinggi terhadap kualitas pelayanan publik. Apabila terjadi ketidaksesuaian atau ketidakpuasan dalam pelayanan atau penyampaian informasi yang diberikan oleh Humas Bapenda, hal tersebut dapat menimbulkan masalah serius, termasuk meningkatnya ketidakpercayaan masyarakat terhadap lembaga pemerintah. Kejadian-kejadian ini berpotensi memicu *trust issue* yang mengakibatkan hubungan yang renggang antara

pemerintah dan masyarakat, serta menurunkan kredibilitas instansi dalam menjalankan fungsi utamanya sebagai pelayan publik.

Humas Bapenda Jawa Barat melakukan manajemen impresi dengan mempertimbangkan citra institusi melalui beberapa aspek, termasuk komunikasi, penggunaan atribut, dan seragam yang diatur dalam Peraturan Gubernur Jawa Barat Nomor 99 Tahun 2015.

Berdasarkan ketentuan tersebut, pengaturan seragam sebagai bagian dari identitas kelembagaan adalah sebagai berikut: Senin – Selasa, Pegawai diwajibkan mengenakan seragam dinas resmi dengan warna yang telah ditentukan, seperti seragam coklat atau seragam lapangan, sesuai ketentuan instansi. Rabu – Kamis, Seragam Korpri atau seragam khusus ASN digunakan, dilengkapi dengan identitas kelembagaan untuk menunjukkan profesionalisme. Jumat, Pegawai mengenakan pakaian batik atau pakaian khas daerah Jawa Barat, disesuaikan dengan tema budaya atau kebijakan yang berlaku.

Humas Bapenda memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan informasi secara efektif, yang mendukung pengelolaan citra positif lembaga di mata publik. Berkat upaya-upaya strategis dalam *impression management* ini, Humas Bapenda telah menerima penghargaan atas kontribusinya dalam membangun persepsi positif masyarakat terhadap lembaga pemerintah.

Humas Bapenda memiliki peran yang sangat penting dalam mengelola citra yang baik melalui keterbukaan informasi. Penyebaran informasi yang akurat dan transparan terkait kebijakan, layanan, dan capaian Bapenda, humas berkontribusi pada pembentukan citra positif instansi tersebut. Keterbukaan

informasi membantu mengurangi kesalahpahaman dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam memenuhi kewajiban pajak.

Citra positif ini diperkuat melalui penyampaian program-program Bapenda yang mendukung kesejahteraan masyarakat, yang kemudian dipublikasikan secara efektif oleh humas. Kepercayaan yang dibangun melalui keterbukaan informasi juga mencerminkan komitmen Bapenda dalam melayani masyarakat secara jujur dan terbuka.

Perkembangan teknologi informasi menawarkan peluang besar bagi Humas Bapenda Jabar untuk membangun citra melalui pemanfaatan media digital. Media sosial, *website*, humas dapat menyampaikan informasi secara lebih cepat, transparan, dan interaktif. Strategi komunikasi digital yang baik dapat membantu meningkatkan *engagement* dan kepercayaan publik.

Masyarakat secara luas menganggap bahwa humas Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat memiliki citra yang sangat baik dalam mengelola media sosial dan berkomunikasi. Pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh tim humas Bapenda tidak hanya sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga melibatkan interaksi aktif dan transparan dengan masyarakat. Masyarakat merasa dihargai dan didengar karena setiap pertanyaan, keluhan, dan saran yang mereka ajukan di media sosial selalu ditanggapi dengan cepat dan profesional oleh tim humas.

Keunggulan dalam pengelolaan media sosial, humas Bapenda juga telah meraih berbagai penghargaan dari berbagai ajang prestisius. Pada tahun 2024 bulan September mendapat penghargaan pada ajang CNN Indonesia *Awards*

dengan kategori *Outstanding Integrated Digital-Based Public Services* dan di beritakan pada website Bapenda Jabar. Pada tahun 2023, Bapenda Jabar juga mendapatkan penghargaan "*BEST OF THE BEST*" dalam Ajang Humas Awards di tingkat perangkat daerah dan diberitakan pada *website* <https://bapenda.jabarprov.go.id/2023/09/05/bapenda-jabar-menjadi-best-of-the-best-di-dalam-ajang-humas-awards-tahun-2023-di-tingkat-perangkat-daerah/>.

Prestasi ini mencerminkan kerja keras dan dedikasi tim humas Bapenda dalam membangun citra yang baik. Bapenda dengan bangga membawa pulang 27 piagam penghargaan dalam berbagai kategori yang menunjukkan keberagaman dan keunggulan dalam berbagai aspek komunikasi dan interaksi publik.

Kategori penghargaan yang diperoleh antara lain *Ambassador Kadis of The Year, Ambassador Sekdis of The Year, Energic Mimin of The Year, Comical Mimin of The Year, Friendly Mimin of The Year, Emoji Mimin of The Year, Rising Activity of The Year, Trending VT Juara of The Year, FYP Juara of The Year, VT Juara of The Year, Reach Juara of The Year, Trending Feed Juara of The Year, Reels Juara of The Year, Reels of The Year, Positive Vibes of The Year, Rising Interaction of The Year, Collabs Juara of The Year, Viral Juara of The Year, Tweet of The Year, Reach of The Year, FYP of The Year, Creative Editing of The Year, Juara Kategori Mimin of The Year, Creative Juara of The Year, Juara Kategori Performa of The Year, Juara Kategori Narasi Tunggal of*

The Year. Bapenda juga memperoleh piala untuk kategori *Best of The Best* Mimin Narasi Tunggal Jabar Juara, dan Kategori Performa.

Penghargaan-penghargaan ini tidak hanya mencerminkan kualitas dan profesionalisme tim humas Bapenda, tetapi juga menunjukkan apresiasi atas inovasi dan kreativitas mereka dalam menjalankan fungsi komunikasi publik. Penghargaan ini merupakan hasil kerja keras berbagai pihak, baik internal maupun eksternal, termasuk kontribusi masyarakat yang memberikan suka, saran, masukan, dan vibes positif melalui berbagai saluran komunikasi. Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat berhasil membawa pulang berbagai penghargaan tersebut, Bapenda Jawa Barat telah membuktikan bahwa mereka mampu menjadi contoh dalam pengelolaan komunikasi publik yang efektif. Apresiasi ini juga menggarisbawahi pentingnya peran humas dalam membangun citra positif melalui strategi komunikasi yang transparan, responsif, dan inovatif.

Kualitas komunikasi yang dibangun oleh Humas Bapenda telah membawa hal positif bagi citra instansi ini. Pengelolaan media sosial yang baik oleh humas Bapenda juga berkontribusi pada peningkatan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya peran Bapenda dalam pengelolaan pendapatan daerah. Media sosial sebagai sarana informasi menjadikan masyarakat lebih memahami dan menghargai kerja keras yang dilakukan oleh Bapenda untuk meningkatkan kesejahteraan daerah. humas Bapenda telah berhasil menciptakan citra yang positif dan terpercaya, yang pada gilirannya meningkatkan partisipasi dan

dukungan masyarakat terhadap kebijakan dan program yang dijalankan oleh Bapenda Jawa Barat.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian difokuskan pada Bagaimana Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat dalam membangun impression management untuk mempertahankan citra positif dikalangan masyarakat. Penelitian ini difokuskan guna untuk melakukan penelitian lebih mendalam dengan mengajukan beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran strategi *ingratiation* diterapkan dalam membangun citra sebagai lembaga yang ramah dan peduli pada kepentingan publik oleh Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat?
2. Bagaimana gambaran strategi *self-promotion* digunakan untuk menunjukkan kompetensi melalui pencapaian, penghargaan, dan kontribusi nyata kepada masyarakat oleh Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat?
3. Bagaimana gambaran strategi *exemplification* dimanfaatkan untuk membentuk kesan sebagai panutan dalam pengelolaan pendapatan daerah oleh Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat?
4. Bagaimana gambaran strategi *supplication* memengaruhi persepsi publik pada citra Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat?
5. Bagaimana gambaran strategi *intimidation* dijalankan dalam mendukung upaya manajemen impresi oleh Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, tujuan penelitian meliputi:

1. Untuk mengetahui bagaimana gambaran strategi *ingratiation* diterapkan dalam membangun citra sebagai lembaga yang ramah dan peduli pada kepentingan publik oleh Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat.
2. Untuk mengetahui bagaimana gambaran strategi *self-promotion* digunakan untuk menunjukkan kompetensi melalui pencapaian, penghargaan, dan kontribusi nyata kepada masyarakat oleh Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat.
3. Untuk mengetahui bagaimana gambaran strategi *exemplification* dimanfaatkan untuk membentuk kesan sebagai panutan dalam pengelolaan pendapatan daerah oleh Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat.
4. Untuk mengetahui bagaimana gambaran strategi *supplication* memengaruhi persepsi publik dalam membentuk citra sebagai lembaga yang membutuhkan dukungan oleh Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat.
5. Untuk mengetahui bagaimana gambaran strategi intimidation dijalankan dalam mendukung upaya manajemen impresi oleh Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan wawasan lebih mendalam pada ilmu komunikasi tentang penerapan impresi manajemen di sektor

pemerintahan. Penelitian ini mengacu pada tipologi presentasi diri yang dikemukakan oleh Edward Jones pada tahun 2009, yang menekankan tentang strategi – strategi presentasi diri untuk manajemen impresi dalam organisasi, yaitu: Strategi *Ingratiation* (Menyenangkan orang lain), Strategi *Self-Promotion* (Promosi diri), Strategi *Exemplification* (Sebagai contoh), Strategi *Supplication* (*self-handicapping*/keterbatasan dalam membantu publik), dan Strategi *Intimidation* (mampu mengontrol situasi).

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan pemahaman yang lebih mendalam tentang membangun citra pemerintahan melalui impresi manajemen. Temuan dari penelitian ini dapat menjadi objek referensi untuk penelitian selanjutnya yang berfokus sama pada *impression management* badan pendapatan daerah jawa barat dalam membangun citra pemerintahan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi humas instansi pemerintah dalam membangun citra positif melalui komunikasi yang efektif dan transparan. Analisis yang mendalam pada penelitian ini akan memperkuat pemikiran yang jelas dalam membangun citra pemerintah.

Hasil penelitian ini juga diharapkan menjadi acuan bagi humas badan pendapatan daerah jawa barat untuk evaluasi dalam membangun citra dan impresinya, untuk lebih ditingkatkan lagi.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Landasan Teoritis

Landasan teoritis merupakan kumpulan teori, konsep, atau prinsip literatur ilmiah yang relevan dengan topik penelitian. Patton (2002) menjelaskan bahwa landasan teoritis harus sesuai dengan tujuan penelitian dan dapat berasal dari literatur yang relevan atau berkembang selama analisis data. Pendekatan fleksibel ini memungkinkan peneliti menyesuaikan teori dengan temuan lapangan. Menekankan pentingnya fleksibilitas dalam membangun dan mengembangkan landasan teoritis dalam penelitian.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini membahas *Impression Management* Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat Dalam Membangun Citra Pemerintahan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori *Impression Management*. Teori ini dipilih sebagai landasan teoritis karena elemen – elemen penting dalam fenomena yang diteliti, yaitu Membangun Citra Pemerintahan Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat. Teori tersebut menjadi acuan bagi peneliti untuk memahami strategi presentasi diri dalam organisasi pada Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat.

Pengaplikasian teori *Impression Management* dibagi menjadi beberapa proses. Edwad Jones (Metts,2009) mengemukakan tipologi yang diperlukan untuk presentasi diri antara lain yaitu: *Strategi Ingratiation* (Menyenangkan orang lain), *Strategi Self-Promotion* (Promosi Diri), *Strategi Exemplification*

(Sebagai Contoh), Strategi *Supplication* (*self-handicapping*/keterbatasan dalam membantu publik), dan Strategi *Intimidation* (mampu mengontrol situasi).

1. Strategi *Ingratiation* (Menyenangkan Orang Lain)

Tahap Peratama adalah *Ingratiation*. Strategi *ingratiation* untuk membangun citra positif dapat diaplikasikan manajemen dengan berbagai cara yang bertujuan untuk meningkatkan hubungan baik dengan masyarakat dan stakeholder. Salah satu cara yang efektif dengan menjadi pihak yang ramah seperti membalas komentar setiap yang berkomentar serta responsif dalam membalas pesan juga menggunakan SOP dalam membalasnya sehingga terlihat lebih ramah atau *friendly*.

Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat telah mengadopsi strategi ini dengan konsisten membalas setiap komentar pada konten yang diunggah di media sosial, instansi ini secara rutin menyampaikan informasi melalui setiap postingan yang dibuat, memastikan masyarakat mendapatkan pembaruan terkini mengenai pajak. Langkah-langkah ini tidak hanya meningkatkan transparansi dan keterbukaan, tetapi juga memperkuat citra Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat sebagai lembaga yang ramah dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

2. Strategi *Self-Promotion* (Promosi Diri)

Tahap kedua adalah *self-promotion*. Manajemen me-impresikan dirinya sebagai organisasi yang berkompeten, dengan mengaplikasikan menampilkan prestasi – prestasi yang telah diraih oleh organisasi serta hal – hal baik yang telah dilakukan organisasi terhadap publiknya.

Menampilkan berbagai penghargaan yang diperoleh organisasi atas prestasinya.

Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat (Bapenda Jabar) setiap tahunnya meraih berbagai penghargaan, termasuk dalam kategori keterbukaan informasi publik. Penghargaan-penghargaan ini dipublikasikan secara aktif melalui *website* resmi dan media sosial mereka, sehingga masyarakat dapat melihat dan memahami kompetensi instansi dalam menjalankan tugasnya. Langkah ini memperkuat citra Bapenda Jabar sebagai lembaga pemerintah yang profesional dan unggul dalam bidangnya.

3. Strategi *Exemplification* (Sebagai Contoh)

Tahap ketiga adalah menjadikan organisasi sebagai contoh organisasi lain. Manajemen dalam pengaplikasian ini dapat dengan beberapa tindakan seperti memperlihatkan kemampuan dengan ide konten yang tidak ada habisnya serta nilai-nilai organisasi yang terlihat dari prestasi yang telah diraihinya.

Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat menerapkan strategi ini dengan menghadirkan konten-konten yang inovatif dan kreatif di media sosial sebagai sarana penyebaran informasi publik. Serangkaian prestasi yang telah diraih turut memperkuat posisi Bapenda Jabar sebagai contoh organisasi yang mampu menginspirasi dan menjadi acuan bagi instansi lainnya dalam menjalankan fungsi pelayanan publik.

4. Strategi *Supplication* (keterbatasan dalam membantu publik)

Tahap keempat Strategi *supplication* adalah dengan menunjukkan kelemahan atau kerentanan untuk memancing simpati dan dukungan. Strategi ini melibatkan menampilkan situasi membutuhkan bantuan, membangun empati, mengajak dukungan, dan menghargai bantuan yang diterima untuk menciptakan kesan rendah hati dan dekat dengan audiens.

Bapenda Jabar membangun hubungan emosional melalui penyampaian kisah-kisah inspiratif, seperti apresiasi kepada pegawai atas terpilihnya dalam sebuah kategori “Pegawai Berkinerja Terbaik Bapenda Jabar” yang dibuat oleh bapenda jabar setiap priodenya atau program-program yang memberikan dampak positif yang dibuat oleh bapenda jabar yaitu *zero emission zone* atau pengurangan emisi karbon meskipun dalam keterbatasan. Sebagai wujud apresiasi atas dukungan yang diberikan, instansi menunjukkan penghargaan secara simbolis atau menyampaikan ucapan terima kasih secara publik. Strategi ini tidak hanya menciptakan kesan rendah hati dan bersahaja, tetapi juga mempererat hubungan emosional antara organisasi dan masyarakat, sehingga memperkuat dukungan terhadap program yang dijalankan.

5. Strategi *Intimidation* (mampu mengontrol situasi)

Tahap kelima Strategi intimidasi dalam manajemen impresi adalah cara menciptakan kesan dominasi atau kekuatan untuk memengaruhi perilaku orang lain. Ini melibatkan ancaman tersirat, menunjukkan otoritas, atau pamer kekuasaan untuk mendapatkan kontrol.

Upaya meningkatkan kepatuhan pajak, Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat mengimplementasikan strategi intimidasi sebagai bagian dari manajemen impresi yang bertujuan menciptakan kesan dominasi dan otoritas. Strategi ini diterapkan dengan cara yang sah dan sesuai dengan regulasi perpajakan yang berlaku. Bapenda Jabar menegaskan konsekuensi hukum bagi wajib pajak yang tidak memenuhi kewajiban mereka. Komunikasi mengenai konsekuensi ini dilakukan secara terbuka melalui saluran informasi kampanye edukasi perpajakan.

1.5.2 Landasan Konseptual

1. *Impression Management*

Impression management merupakan usaha individu atau kelompok dalam mengendalikan atau mempengaruhi persepsi orang lain terhadap diri mereka. Konsep ini menggambarkan bagaimana seseorang secara sadar menampilkan diri agar mendapatkan respons atau kesan yang diinginkan dari audiens.

Impression Management memberikan kesan pada stakeholder dengan mempresentasikan diri organisasinya. Schlenker (1980), menjelaskan bahwa *impression management* atau manajemen kesan adalah proses di mana individu berusaha untuk mengatur informasi tentang diri mereka yang sampai kepada audiens., manajemen kesan tidak sekadar berfokus pada bagaimana seseorang ingin dilihat atau dinilai oleh orang lain, tetapi juga mencakup upaya menjaga konsistensi antara peran yang mereka mainkan di depan umum dan karakter asli mereka.

2. Citra

Citra merupakan konsep yang merujuk pada gambaran atau representasi visual suatu objek, fenomena, atau ide. Dalam konteks yang lebih luas, citra mencakup berbagai aspek yang berkaitan dengan persepsi dan interpretasi individu atau kelompok terhadap objek tertentu.

Citra gambaran diri yang dapat terbentuk dari presentasi diri. Kriyantono (2007), menjelaskan bahwa Citra adalah gambaran diri yang terbentuk dari kombinasi pengalaman, informasi, dan kesan yang ada dalam benak seseorang, yang dapat dibentuk baik oleh faktor internal (diri sendiri) maupun eksternal (pengaruh lingkungan). Citra dapat terbentuk oleh faktor internal (diri sendiri) yang melibatkan sikap, keyakinan, atau nilai-nilai pribadi, serta faktor eksternal (pengaruh lingkungan) seperti media, budaya, atau pengalaman sosial. Sebagai contoh, citra diri seseorang (seperti rasa percaya diri atau perasaan tentang penampilan fisik) dapat terbentuk oleh bagaimana orang tersebut melihat dirinya sendiri (internal) serta bagaimana orang lain atau lingkungan sekitar memperlakukannya (eksternal).

3. Humas Pemerintah

Humas pemerintah merupakan garda depan dalam membangun komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Jefkins (2002) menjelaskan bahwa Humas memiliki peran dalam menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara pemerintah dan masyarakat. Fungsi Humas tidak hanya terbatas pada pengelolaan citra, tetapi juga pada penyampaian informasi yang akurat dan transparan mengenai kebijakan dan program pemerintah. Humas pemerintah

harus memastikan bahwa komunikasi berjalan dengan baik untuk menghindari misinformasi atau konflik antara pemerintah dan publik. Hal ini mencakup penyampaian informasi, pembentukan opini publik, dan peningkatan partisipasi masyarakat dalam proses pemerintahan. Berperan penting dalam menyampaikan informasi kebijakan pemerintah, menjalin hubungan baik dengan publik, serta membentuk citra positif pemerintah. Humas pemerintah juga berfungsi sebagai jembatan antara pemerintah dan masyarakat dengan mendengarkan aspirasi masyarakat dan menyampaikannya kepada pihak yang berwenang. Humas pemerintah juga berperan dalam mengelola krisis yang dapat mengancam reputasi pemerintah. Humas pemerintah adalah kunci keberhasilan pemerintah dalam membangun kepercayaan publik dan mewujudkan pemerintah yang baik.

Humas pemerintah dapat didefinisikan sebagai upaya sistematis untuk membangun dan memelihara hubungan baik antara pemerintah dengan publik. Idris (2014), menjelaskan bahwa peran humas pemerintah di era keterbukaan informasi. Humas harus mampu memanfaatkan teknologi informasi untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat secara cepat, akurat, dan transparan. Pentingnya peran humas pemerintah dalam era di mana informasi begitu mudah diakses oleh masyarakat. Adanya internet dan media sosial, informasi dapat menyebar dengan sangat cepat. Humas pemerintah memiliki tanggung jawab yang besar untuk memastikan bahwa informasi yang diterima masyarakat mengenai pemerintah adalah informasi yang benar, akurat, dan transparan.

1.6 Langkah Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu di Jl. Soekarno-Hatta No.528, Sekejati, Kec. Buahbatu, Kota Bandung, Jawa Barat 40286. Lokasi tersebut dipilih berdasarkan tempat dimana aktivitas Bapenda Jawa Barat melakukan kegiatannya, hal ini akan memudahkan pengumpulan data penelitian yang diperlukan selama proses penelitian berlangsung.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma cara pandang yang dilakukan untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma dibutuhkan dalam setiap penelitian dan penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Schunk (2012) menjelaskan bahwa konstruktivisme melihat pembelajaran sebagai proses aktif, di mana individu membangun pengetahuan melalui pengalaman dan refleksi, serta berinteraksi dengan dunia sekitar. Schunk menekankan pentingnya motivasi intrinsik dan pengalaman pribadi dalam proses pembelajaran konstruktivis, yang memungkinkan siswa untuk mengeksplorasi dan mengkonstruksi pengetahuan mereka sendiri. Penggunaan paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini bertujuan untuk peneliti dapat mengetahui strategi yang dilakukan Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat dalam Membangun Citranya. Paradigma konstruktivisme membantu peneliti dalam penelitiannya untuk mengetahui strategi yang diterapkan dengan melihat realitas yang terjadi melalui observasi serta wawancara yang dilakukan peneliti.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mana erat hubungannya dengan paradigma konstruktivisme. Cresswell (2013), menjelaskan bahwa suatu pendekatan yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena yang diteliti dalam konteks alami. Pendekatan ini menekankan pada pengumpulan data yang bersifat deskriptif dan non-numerik, seperti wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen. Penelitian kualitatif berfokus pada makna, pengalaman, dan perspektif individu atau kelompok, serta berusaha menggali pemahaman yang lebih holistik terhadap suatu fenomena.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali secara mendalam bagaimana Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat mengelola citra lembaganya melalui strategi *impression management*. Pendekatan kualitatif dipilih karena tujuannya untuk memahami dinamika dan proses yang terjadi dalam membangun dan mempertahankan citra positif sebuah lembaga pemerintah, terutama dalam interaksi dengan masyarakat dan stakeholder. Melalui wawancara mendalam, dan observasi, penelitian ini berfokus pada cara Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat mengkomunikasikan dirinya kepada publik melalui berbagai saluran, seperti media sosial, publikasi prestasi, dan respons terhadap kritik atau masukan masyarakat.

Pada pendekatan kualitatif ini peneliti dapat mengidentifikasi bagaimana berbagai strategi *impression management* diterapkan, mulai dari *ingratiation* yang menciptakan kesan ramah, hingga *self-promotion* yang menonjolkan prestasi dan keberhasilan organisasi. Tujuan dari penelitian ini untuk

memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang peran komunikasi strategis dalam meningkatkan transparansi dan akuntabilitas lembaga pemerintah, serta bagaimana citra yang dibangun mendapat kepercayaan masyarakat terhadap Bapenda Jabar, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan praktik manajemen citra dalam lembaga pemerintah.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Bodgan & Biklen (2007) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan situasi atau fenomena dalam kondisi alami. Mereka menekankan bahwa pendekatan ini lebih kepada menggambarkan realitas sosial dan bukan untuk menguji hipotesis atau teori. Metode yang digunakan bersifat fleksibel, memungkinkan peneliti untuk beradaptasi dengan situasi yang berkembang dalam lapangan.

Peneliti memilih metode ini untuk memudahkan peneliti menganalisis data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi mengenai Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat Membangun Citra Pemerintahan. Penerapan metode ini dapat membantu peneliti dengan mudah dalam menyajikan data berbentuk uraiandan mencapai hasil serta kesimpulan penelitian. Metode deskriptif kualitatif dapat emberkan gambaran yang mendalam tentang Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat dalam

Membangun Citra Pemerintahan. Metode ini efektif untuk merinci strategi, praktik, dan dinamika yang ada jelas.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

A. Jenis Data

Jenis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Miles (1994), menjelaskan bahwa data kualitatif adalah data yang diperoleh dari lapangan dan digunakan untuk memahami makna dari suatu fenomena sosial atau psikologis. Data kualitatif merupakan data yang menggambarkan fenomena secara mendalam dan holistik, berfokus pada makna, pengalaman, dan persepsi individu atau kelompok, dan biasanya dikumpulkan melalui wawancara, observasi, atau analisis dokumen. Data ini tidak dapat diukur secara numerik, melainkan dianalisis untuk memahami konteks, proses, dan hubungan yang mendalam antara fenomena yang diteliti. Data kualitatif dalam penelitian ini didapat dari observasi dan wawancara pada kepada bidang Humas Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat

B. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat langsung dari objek yang diteliti. Sekaran (2016), menjelaskan bahwa data primer adalah data yang dikumpulkan secara khusus untuk tujuan penelitian yang sedang dilakukan. Data ini bersifat original dan belum pernah ada sebelumnya. Pengumpulan

data primer pada penelitian ini diperoleh dengan wawancara dan observasi dengan kepala bidang bagian Humas Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat.

2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang diperoleh bukan dari objek penelitian. Effendi (1995), menjelaskan bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada sebelumnya, baik berupa dokumen, laporan, arsip, atau catatan yang dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan yang berbeda. Data ini dapat berupa angka, teks, atau informasi lainnya yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Pengumpulan data sekunder pada penelitian ini diperoleh melalui media sosial, artikel, berita, *website*, dan jurnal akademik.

1.6.5 Teknik Pemilihan Informan

Informan merupakan individu atau kelompok yang memberikan informasi atau data yang diperlukan oleh peneliti untuk memahami fenomena yang sedang diteliti. Sugiyono (2010) menjelaskan bahwa informan adalah orang yang dipilih secara sengaja (*purposive sampling*) dan memiliki informasi yang relevan untuk penelitian. Informan sering kali terlibat langsung dalam peristiwa atau pengalaman yang sedang diteliti, sehingga mereka dapat memberikan data yang akurat dan bermanfaat untuk pengembangan penelitian.

Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan peneliti berdasarkan pengetahuan, pemahaman dan keterlibatan pihak Bapenda Jawa Barat dalam proses merencanakan strategi Membangun Citra Pemerintahan. Bertujuan

agar peneliti memperoleh data dan informasi yang akurat dan relevan.

Informan yang dipilih oleh peneliti dibagi menjadi dua kategori, yaitu:

1. Jabatan Fungsional Pranata Humas Ahli Pertama, karena informasi yang dibutuhkan oleh peneliti adalah pandangan yang menyeluruh mengenai strategi dan pengelolaan citra yang ada di Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat.
2. Analis Humas Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat, karena informasi yang dibutuhkan oleh peneliti adalah proses pengelolaan citra melalui media sosial Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

A. Wawancara mendalam

Wawancara mendalam adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menggali informasi secara mendalam mengenai pengalaman, pandangan, perasaan, atau pengetahuan informan terkait suatu topik tertentu. Klen (2007) menjelaskan bahwa wawancara mendalam adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara berinteraksi langsung antara peneliti dan informan. Tujuan utama dari wawancara ini adalah untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam dan rinci mengenai pengalaman, pandangan, atau perspektif informan terkait fenomena yang sedang diteliti.

Penerapan Teknik wawancara mendalam ini dipilih peneliti untuk memudahkan peneliti dalam memperoleh gambaran lengkap dan mendalam mengenai Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat Dalam Membangun Citra

Pemerintahan. Pada wawancara mendalam ini peneliti dapat menggali informasi secara langsung dari pihak yang terlibat seperti kepala bagian tata usaha dan kepala humas Bapenda Jabar mengenai strategi-strategi yang diaplikasikan untuk membangun citra, mulai dari strategi *ingratiation* hingga strategi *intimidation*. Peneliti dengan teknik ini dapat mengetahui secara rinci bagaimana gambaran dalam membangun citra badan pendapatan daerah jawa barat Metode ini juga fleksibel sehingga memudahkan peneliti untuk mewawancara menyesuaikan dengan kondisi lapangan dan mengumpulkan informasi lebih rinci.

B. Observasi Partisipasi Pasif

Observasi partisipasi pasif merupakan metode pengumpulan data di mana peneliti terlibat secara langsung dalam kegiatan atau situasi yang sedang diamati, tetapi tanpa ikut serta aktif dalam interaksi atau peristiwa yang terjadi. Kuzel (1992), menjelaskan bahwa observasi partisipasi pasif sebagai teknik pengumpulan data di mana peneliti mengamati tanpa terlibat dalam peran sosial yang sedang dipelajari. Pengamatan ini memberi peneliti kesempatan untuk melihat dinamika kelompok, interaksi, dan kegiatan yang terjadi di lapangan, tetapi peneliti tidak berkontribusi atau mengambil bagian dalam interaksi yang ada. Peneliti hanya mengamati dan mencatat aktivitas yang dilakukan Humas Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat, seperti pola pembuatan konten untuk menyampaikan informasi, membalas komentar pada postingan media sosial Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat dalam Membangun Citra nya.

Pada cara ini peneliti mengamati secara langsung situasi dilokasi sehingga memperoleh data yang objektif mengenai cara membangun dan mempertahankan citra. Peneliti hanya akan mengamati dan mengumpulkan serta mencatat segala kegiatan Bapenda Jabar tanpa terlibat langsung dalam kegiatan Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat.

C. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memanfaatkan dokumen tertulis, foto, maupun rekaman yang telah tersedia sebelumnya. Metode ini umumnya digunakan sebagai pelengkap guna memperoleh informasi yang tidak dapat dijangkau melalui observasi atau wawancara secara langsung. Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa teknik dokumentasi merupakan metode yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data hasil observasi dan wawancara. Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa teknik dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data penelitian yang dilakukan dengan mengakses atau mengkaji berbagai bentuk dokumen yang sudah ada sebelumnya, seperti transkrip, catatan tertulis, media cetak, dokumen formal dan historis. Peneliti menggunakan menggunakan teknik dokumentasi karena metode ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai strategi komunikasi dan manajemen citra yang diterapkan oleh Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat. Dokumentasi juga berfungsi sebagai

sumber data tambahan yang dapat memperkuat informasi hasil observasi dan wawancara, serta menjadi dasar untuk melakukan perbandingan dengan temuan dari penelitian.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merujuk pada proses yang dilakukan untuk mengorganisasi, menginterpretasikan, dan menarik kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan dalam sebuah penelitian. Creswell (2013), menjelaskan bahwa teknik analisis data dalam penelitian kualitatif berfokus pada proses mengorganisasi, mengkategorikan, dan menginterpretasikan data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti wawancara, observasi, dan dokumen. Berikut adalah beberapa teknik analisis data yang dijelaskan oleh Creswell:

1. Mengolah serta menyiapkan data

Langkah ini membutuhkan data yang didapat dari informan di Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat melalui wawancara yang mendalam dan observasi partisipasi pasif. Data yang telah didapat kemudian diolah dan dikategorikan berdasarkan jenis yang sesuai dengan sumber informasi.

2. Membaca data secara keseluruhan

Data yang telah terkumpul kemudian akan dibaca kembali secara menyeluruh oleh peneliti untuk memberikan gambaran yang lebih rinci mengenai Bapenda membangun citranya dengan mencatat informasi

yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan serta pengamatan.

3. Mengklasifikasi data

Melibatkan Tahap ini adalah proses identifikasi data yang memiliki kesamaan, yang kemudian akan dikelompokkan berdasarkan persamaan tersebut. Tujuan dari tahap ini adalah untuk menganalisis bagaimana proses kegiatan dalam membangun citra Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat dilakukan,

4. Membuat tema dan deskripsi

Langkah ini menggambarkan proses peneliti mengelompokkan data yang telah di analisis, kemudian disajikan Kembali dalam bentuk uraian. Pendekatan naratif ini akan memberikan gambaran mengenai Bapenda Jabar dalam membangun citra pemerintah.

5. Memberikan makna dan interpretasi

Langkah ini tahap penutup untuk membntu peneliti memberikan gambaran yang jelas bagaimana Bapenda Jawa Barat membangun Citra Pemerintahannya dengan data yang diperoleh dari wawancara yang mendalam dan observasi.

1.6.8 Rencana Jadwal Penelitian

Tabel 1.1 Rencana Jadwal Penelitian

No.	Daftar Kegiatan	Des 2024	Jan 2025	Feb 2025	Mar 2025	Apr 2025	Mei 2025	Jun 2025
1.	Tahap Pertama: Observasi dan Pengumpulan Data							
	Pengumpulan data proposal dan penelitian							
	Penyusunan proposal penelitian							
	Bimbingan proposal penelitian							
	Revisi proposal penelitian							
2.	Tahap Kedua: Usulan Penelitian							
	Sidang usulan penelitian							
	Revisi usulan penelitian							
3.	Tahap Ketiga: Penyusunan Skripsi							
	Pelaksanaan Penelitian							
	Melakukan wawancara mendalam							
	Analisis pengolahan data							
	Laporan penelitian							
	Bimbingan skripsi							
4.	Tahap Keempat: Sidang Skripsi							

	Sidang Skripsi								
	Revisi Skripsi								

