

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Citra merupakan suatu hal penting yang perlu dimiliki oleh sebuah perusahaan ataupun lembaga dan instansi berdasarkan fakta dan realitas yang terjadi. Citra ini dibentuk dalam waktu yang tidak sebentar. Citra memiliki peran yang cukup besar dalam berlangsungnya perusahaan ataupun lembaga karena citra merupakan awal dari munculnya rasa percaya dari publik terhadap jasa maupun produk yang ditawarkan oleh perusahaan atau lembaga.

Kehadiran citra di dalam suatu lembaga sangatlah penting dan memerlukan perhatian yang khusus karena citra memengaruhi persepsi masyarakat, stakeholders, dan pihak-pihak terkait lainnya. Citra positif di dalam suatu lembaga ataupun perusahaan diperlukan upaya untuk memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi, membangun hubungan positif dengan masyarakat dan memastikan bahwa masyarakat itu puas dengan pelayanan yang kita berikan.

Salah satu lembaga yang sangat memperhatikan citra yaitu Protokol dan Komunikasi Pimpinan (PROKOPIM) Kota Bandung. PROKOPIM mempunyai tujuan untuk membangun dan mempertahankan citra pimpinannya. Citra pimpinan pada saat ini dibentuk melalui program Halo Bandung *On The Spot* yang dikelola oleh Prokopim yakni Protokol dan Komunikasi Pimpinan dengan adanya program ini kinerja Walikota Bandung sebagai Pimpinan bisa dilihat oleh masyarakat luas utamanya masyarakat Kota Bandung itu sendiri, dengan adanya program Halo

Bandung *On The Spot* mempermudah pimpinan untuk menyampaikan program-program yang sudah dilakukan selama ini.

Citra positif terbentuk karena terdapat peran dan fungsi seorang praktisi humas yang mampu membangun sebuah citra lembaga maupun instansi. Lembaga maupun instansi dapat memulainya dengan menghadirkan program Halo Bandung *On The Spot* dengan maksud mensosialisasikan dan menjadikannya sebagai strategi komunikasi untuk memperlihatkan kegiatan yang telah dilaksanakan di Kota Bandung.

Berdasarkan informasi yang telah diterima bahwasannya salah satu program kehumasan Halo Bandung *On The Spot* merupakan program untuk memfasilitasi pimpinan agar bisa lebih dekat dengan masyarakat karena dengan adanya program ini masyarakat bisa berinteraksi secara langsung dengan pimpinan.

Program ini sendiri dilaksanakan disetiap kegiatan pimpinan dan bentuk dari program ini yaitu berbentuk *Booth Activation* yang dimana program ini bertujuan untuk menghadirkan pimpinan beserta jajarannya untuk diajak berdiskusi dan hadir lebih dekat dengan masyarakat tentang kegiatan pimpinan, *event* atau apapun yang lainnya. Masyarakat pun diharapkan untuk dapat memahami apa yang ada di Kota Bandung dan keberadaannya Kota Bandung selain itu masyarakat disarankan untuk bisa lebih interaktif.

Program Halo Bandung *On The Spot* sudah ada sejak tahun 2020, pada awalnya program ini bernama Humas *On The Spot* namun dengan perubahan regulasi kebijakan pemerintah peraturan menteri dalam negeri republik Indonesia nomor 56 tahun 2019 tentang pedoman nomenklatur dan unit kerja sekretariat

daerah provinsi dan kabupaten/kota, program Humas Bandung *On The Spot* kemudian lebih dikembangkan lagi hingga namanya berubah menjadi Halo Bandung *On The Spot*, Bedannya program ini saat namanya Humas *On The Spot* tidak ada pimpinannya dan hanya mensosialisasikannya sendiri. (dikutip dari website resmi JDIH yang diakses pada 11 mei pada pukul 02.37 wib)

Program Halo Bandung *On The Spot* diperuntukan untuk masyarakat umum dan bukan hanya masyarakat Kota Bandung saja karena yang di luar Kota Bandung pun bisa berkunjung ke *booth activation* Halo Bandung *On The Spot* seperti diacara *Jobfair* , acara ini dihadirkan oleh beberapa peserta yang ingin tes kerja di Bandung tepatnya di Kiara Artha Park dan mereka hadir diberbagai kota dan bahkan pimpinan pun hadir ke acara ini untuk memberikan motivasi dan semangat untuk mereka para pejuang CASN (Calon Aparatur Sipil Negara). (Wawancara 20 November 2023)

Program ini diberi nama Halo Bandung *On The Spot* karena memang setiap orang yang datang ke *booth activation* Halo Bandung *On The Spot* secara langsung diberi tahu tentang program dan kegiatan pimpinan biasanya cara penyampaianya dengan menampilkan cuplikan-cuplikan program pimpinan dengan begitu masyarakat akan bisa lebih mengenal pimpinan. (Wawancara 20 November 2023)

Program Halo Bandung *On The Spot* dibuat sebagai sarana untuk menyebarkan informasi tentang program-program Pimpinan Kota Bandung serta menginformasikan kebijakan-kebijakan pimpinan Kota Bandung, program kerja dan hasil kinerja pemerintah kota Bandung yang dikemas dengan *booth activation*.

Program ini tentunya membutuhkan persiapan yang matang serta efektif, guna mencapai informasi yang bisa diterima dengan baik oleh masyarakat sehingga menghindari timbulnya segala bentuk kesalahpahaman dikemudian hari. (Wawancara 20 November 2023)

Keunikan dari program Halo Bandung *On The Spot* yang menjadi daya tariknya yaitu menghadirkan pimpinan dalam setiap kegiatannya, bahkan dari pihak penyelenggara program ini menyiapkan *quiz* yang dimana nantinya jika masyarakat bisa menjawab *quiz* tersebut diberikan *merchandise* dan yang menyampaikan *quiz* tersebut langsung dari pimpinan, selain itu mereka yang datang ke *booth* ini seringkali diberikan tiket untuk mengambil *merchandise* atau *souvenir* yang telah disiapkan sebelumnya dengan syarat harus mengikuti akun Instagram Halo Bandung. (Wawancara 20 November 2023)

Masyarakat dianjurkan mengikuti akun Instagram @halobandung bertujuan agar masyarakat bisa mendapatkan informasi tentang kegiatan pimpinan lewat media sosial, dan masyarakat dianjurkan untuk memposting foto disosial media dan menandai instagram @halobandung hal ini merupakan strategi komunikasi dari pihak Halo Bandung *On The Spot* agar *engagement* meningkat. (Wawancara 20 November 2023)

Kesuksesan dari program ini dapat dilihat dari kehadiran masyarakat ke *Booth Activation* tersebut karena saat ini sejak adanya *merchandise* dalam setiap acara yang dihadiri oleh Walikota peminat dari Halo Bandung *On The Spot* semakin banyak yang biasanya dihadiri kurang dari 50 orang yang hadir kini lebih dari 100 orang. (Wawancara 20 November 2023)

Program Halo Bandung *On The Spot* menyediakan *photobooth* yang bisa dicetak langsung ditempat dan menyediakan gambar pimpinan agar masyarakat yang berkunjung ke *booth* tersebut terkesan berfoto dengan pimpinan. Program Halo Bandung *On The Spot* kini sudah banyak dikenal oleh OPD (Organisasi Perangkat Daerah) hal ini dapat dilihat disetiap ada kegiatan besar program Halo Bandung *On The Spot* ini selalu dicantumkan dan diikuti sertakan. (Wawancara 20 November 2023)

Pelaksanaan kegiatan Halo Bandung *On The Spot* biasanya berada di acara-acara besar yang ada di Kota Bandung dan acara yang berada di beberapa kecamatan serta hari besar SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah). Setiap ada *event* besar yang diadakan oleh pemerintahan kota Halo Bandung *On The Spot* selalu ikut serta namun seringkali melihat segmentasinya apabila memang mengundang masyarakat luas biasanya hadir jadi tidak semua kegiatan pemerintahan kota program Halo Bandung *On The Spot* ini hadir. (Wawancara 20 November 2023)

Sebagaimana yang dipaparkan oleh Sekretaris daerah Kota Bandung yakni Bapak Ema Sumarna bahwa masyarakat diharapkan bisa merasa memiliki Kota Bandung dengan diadakannya program ini karena program ini dilakukan secara *on the spot*/secara langsung berbeda dengan via whatsapp/gform biasanya kurang efektif dan banyak terkendala dengan satu dan lain hal, dengan adanya program Halo Bandung *On The Spot* masyarakat bisa lebih diarahkan tentang program pemerintahan kota/pimpinan yang sedang berjalan seperti menjaga kebersihan tentang program yang baru landing yaitu program pengelolaan sampah. Pimpinan

berpesan untuk terus mewujudkan masyarakat Kota Bandung dengan kebiasaan baru memilah sampah. (Wawancara 20 November 2023)

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas penelitian ini lebih difokuskan untuk mendalami bagaimana Pengelolaan Citra Pimpinan yang berada di Kota Bandung melalui program yang luar biasa yakni program Halo Bandung *On The Spot*, karena sejak diadakannya program ini pihak dari Prokopim/pihak penyelenggara program Halo Bandung *On The Spot* berhasil menarik masyarakat untuk dapat hadir dan ikut serta di dalam program Halo Bandung *On The Spot* yang berbentuk *booth activation*.

Keberadaan program Halo Bandung *On The Spot* serta keberadaan kinerja pimpinan Kota Bandung dapat dirasakan oleh lingkungan sekitar Kota Bandung bahkan di luar kota Bandung, tentunya ini menjadi sebuah pembelajaran baik bagi lembaga yang menyelenggarakan program tersebut karena tidak semua kegiatan/program bisa bertahan dan terus berkembang hingga saat ini.

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan citra merupakan hal yang penting terutama bagi seorang pimpinan karena citra merupakan kesan atau persepsi yang didapatkan seseorang untuk membangun kepercayaan publik, maka dari itu Pimpinan Kota Bandung harus berupaya untuk memberikan pelayanan *public* yang baik untuk masyarakat Kota Bandung. Salah satu upaya pimpinan Kota Bandung dalam meningkatkan citra positifnya yaitu adanya program Halo Bandung *On The Spot*. Program tersebut bertujuan untuk mensosialisasikan program-program yang sudah terlaksana di Kota Bandung sehingga publik memiliki kesan

baik terhadap pimpinan. Agar penelitian ini lebih terarah maka dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana Protokol dan Komunikasi Pimpinan (PROKOPIM) merancang program “Halo Bandung *On The Spot*” dalam upaya pengelolaan citra pimpinan di Kota Bandung?
2. Bagaimana peran pimpinan dalam pelaksanaan program Halo Bandung *On The Spot* untuk meningkatkan citra positif?
3. Bagaimana Halo Bandung *On The Spot* melaksanakan program *Booth Activation*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berguna untuk menghasilkan data penelitian “Pengelolaan Citra Pimpinan melalui Program Halo Bandung *On The Spot*” Berdasarkan fokus penelitian diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui Protokol dan Komunikasi Pimpinan (PROKOPIM) merancang program “Halo Bandung *On The Spot*” dalam upaya pengelolaan citra pimpinan di Kota Bandung
2. Mengetahui peran pimpinan dalam pelaksanaan program Halo Bandung *On The Spot* untuk meningkatkan citra positifnya.
3. Mengetahui Halo Bandung *On The Spot* melaksanakan program *Booth Activation*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi literatur dalam kajian ilmu komunikasi terutama yang berkenaan dengan Citra di Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Adanya penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai strategi mempertahankan citra melalui pengelolaan program.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini secara praktis sebagai sumbangan pemikiran dan pertimbangan bagi pihak Prokopim terkhusus pihak penyelenggara Halo Bandung *On The Spot* mengenai bagaimana langkah-langkah yang seharusnya digunakan untuk mempertahankan citra melalui pengelolaan sebuah program.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan, perbandingan dan analisis mendasar dalam melakukan penelitian. Penelitian terdahulu yang digunakan tentunya yang mempunyai relevansi dengan penelitian ini. Berikut temuan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

Pertama, penelitian ini dilakukan oleh Novian anata putra, Ema Oktoviani Raharjo Alumni Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta dalam jurnal nya yang berjudul peran Tim Humas: Studi Kasus Pengelolaan Citra Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo di era digital metode yang digunakan dalam penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Penelitian ini memiliki kesamaan dalam tujuan yakni untuk mengetahui perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi dari strategi komunikasi dalam mengelola citra dan reputasi pimpinan. Perbedaan penelitian terletak pada objek yang digunakan yakni objek yang digunakan dilakukan di lembaga Pendidikan, sedangkan penelitian ini dilakukan dilembaga pemerintahan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seorang *public relations* perlu mengedepankan kepentingan umum yang berkaitan dengan visi dan misi lembaga/instansi dan kebutuhan sarannya berupa pengoptimalan sumber daya, penyesuaian media komunikasi dan merealisasikan solusi haruslah proaktif.

Kedua, penelitian yang dilakukan Indarwati Ningsih, Arman, Harnalia Mahasiswa IAIN Bone Lamurukung, Watang Ta, Husain Jeddawi jurnal nya yang berjudul Strategi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMPN 1 Tellu Siattinge.

Penelitian ini memiliki kesamaan dalam menggunakan metode penelitian yakni metode penggunaan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui dan menggali peran *public relations* dalam meningkatkan citra disuatu lembaga. Perbedaan penelitian terletak pada objek yang digunakan yakni objek yang digunakan dilakukan dilembaga Pendidikan, sedangkan penelitian ini dilakukan dilembaga Pemerintahan.

Hasil penelitian menjelaskan upaya peningkatan citra tidak lepas dari peran serta masyarakat yang menjadi faktor penting dalam mendukung tercapainya program-program yang diselenggarakan dalam sebuah lembaga. Humas sejatinya menjadi pengelola citra yang telah dipersepsikan oleh publik internal dan eksternal

karena itu perlu adanya kepercayaan dari publik itu sendiri hal ini bertujuan dan langkah awal untuk menjadikan citra dan misi program menjadi lebih baik.

Ketiga, penelitian yang dilakukan Evawani Elysa Lubis mahasiswa Universitas Riau jurnal nya berjudul Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah. Penelitian ini memiliki persamaan dalam menggunakan metode yakni metode deskriptif kualitatif, Adapun perbedaannya terletak pada penggunaan model yakni model yang dikemukakan oleh Lattimore yaitu ada 4 model yang diterapkan, model *press agency*, model informasi publik, model asimetris dua arah, model simetris dua arah.

Model ini berfokus pada penggunaan metode riset ilmu sosial untuk memperoleh rasa saling pengertian serta komunikasi dua arah antara publik dan organisasi sedangkan penelitian ini menggunakan *Impression Management Theory*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran humas sekretariat daerah provinsi riau berdasarkan pada Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2005 belum dilaksanakan secara optimal karena pencapaian informasi cenderung satu arah.

Faktor penghambat Humas Sekretariat Daerah Provinsi Riau dalam pembentukan citra positif Pemerintah Provinsi Riau antara lain sumber daya manusia, faktor politis, struktur organisasi yang ada di Pemerintah Provinsi Riau, kurang memadainya infrastruktur untuk menunjang kegiatan kehumasan, dan kurangnya koordinasi diantara Humas Sekretariat Daerah Provinsi Riau dengan humas-humas yang ada dilingkungan Pemerintah Provinsi Riau. Faktor pendukung aktivitas Humas Sekretariat Daerah Provinsi Riau mendapat dana langsung dari

APBD Provinsi Riau, motivasi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia.

Keempat, Penelitian yang dilakukan Sherly Amalia Khusus, Ade Irfan Abdurahman, Aulian Khairani jurnalnya berjudul *Aktivitas Media Relations Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Kota Tangerang dalam Membentuk Citra Pemerintahan*. Perbedaan penelitian menggunakan metode analisis data, dan fokus penelitiannya adalah aspek *media relations* yang dilakukan sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan fokus penelitian program *public relations*.

Persamaan penelitian yakni terletak pada objek nya yang sama yaitu dilakukan di lembaga pemerintahan. Hasil dari penelitian ini humas bekerja keras untuk membuat kegiatan dan sumber informasi yang dianggap penting oleh media dan mendapatkan liputan berkali-kali sehingga bisa membentuk citra pemerintah. Faktor pendukung dan penghambat berperan dalam menentukan efektivitas upaya komunikasi dan pembentukan citra.

Kelima, penelitian yang dilakukan Tri Nurul Filayly, Poppy Ruliana Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Interstudy dengan judul *Strategi Public Relations dalam Memulihkan Citra Perusahaan*. Perbedaan penelitian yang dilakukan terletak pada penggunaan model *RACE* dari Marston melalui empat fase penelitian, perencanaan, dan tindakan, komunikasi, dan evaluasi sedangkan penelitian ini menggunakan *Impression Manajement Theory*. Persamaan penelitian ini dalam menggunakan metode penelitian yakni metode pendekatan deskriptif kualitatif

yang bertujuan untuk mengetahui strategi *public relations* dalam meningkatkan dan mempertahankan citra lembaga/perusahaan.

Hasil penelitian ini menerangkan bahwa *public relations* dalam dituntut memiliki keahlian dan perlu adanya inovasi baru dalam Menyusun strategi untuk meningkatkan dan membangun citra positif.

Tabel 1.1
Hasil Penelitian Sebelumnya

NO	PENELITI	JUDUL	METODE DAN TEORI	PERBEDAAN	PERSAMAAN
1	Novian anata putra, Ema Oktoviani Raharjo	Pengelolaan Citra Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo di Era Digital	Pendekatan Kualitatif Dengan Studi Kasus	Perbedaan penelitian terletak pada objek yang digunakan yakni objek yang digunakan dilakukan dilembaga Pendidikan, sedangkan penelitian ini dilakukan di lembaga pemerintahan	Mengetahui perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi dari strategi komunikasi dalam mengelola citra dan reputasi pimpinan
2	Indarwati Ningsih, Arman, Harnalia	Strategi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMPN 1	Metode penggunaan deskriptif kualitatif	Perbedaan penelitian terletak pada objek yang digunakan yakni objek yang digunakan	Penelitian ini memiliki kesamaan dalam menggunakan metode penelitian yakni metode

		Tellu Siattinge.		dilakukan dilembaga Pendidikan, sedangkan penelitian ini dilakukan dilembaga Pemerintahan	penggunaan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui dan menggali peran <i>public relations</i> dalam meningkatkan citra disuatu lembaga
3	Evawani Elysa Lubis	Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah.	Metode deskriptif kualitatif	Perbedaannya terletak pada penggunaan model yakni model yang dikemukakan oleh Lattimore yaitu ada 4 model yang diterapkan, model <i>press agentry</i> , model informasi publik, model asimetris dua arah, model simetris dua arah, sedangkan penelitian ini menggunakan <i>Impression Manajement Theory</i>	Persamaan dalam menggunakan metode yakni metode deskriptif kualitatif

4	<p>Sherly Amalia Khusu, Ade Irfan Abdurahman, Aulian Khairani</p>	<p>Aktivitas Media Relations Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Kota Tangerang dalam Membentuk Citra Pemerintahan</p>	<p>Pendekatan deskriptif kualitatif</p>	<p>Perbedaan penelitian menggunakan metode analisis data, dan fokus penelitiannya adalah aspek <i>media relations</i> yang dilakukan sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan fokus penelitian program <i>public relations</i>.</p>	<p>Persamaan penelitian yakni terletak pada objeknya yang sama yaitu dilakukan dilembaga pemerintahan</p>
5	<p>Tri Nurul Filayly, Poppy Ruliana</p>	<p>Strategi Public Relations dalam Memulihkan Citra Perusahaan</p>	<p>Pendekatan deskriptif kualitatif</p>	<p>Perbedaan penelitian yang dilakukan terletak pada penggunaan model <i>RACE</i> dari Marston melalui empat fase</p>	<p>Persamaan penelitian ini dalam menggunakan metode penelitian yakni metode pendekatan deskriptif kualitatif</p>

				penelitian, perencanaan, dan tindakan, komunikasi, dan evaluasi sedangkan penelitian ini menggunakan <i>Impression Manajemen Theory</i>	yang bertujuan untuk mengetahui strategi <i>public relations</i> dalam meningkatkan dan mempertahankan citra lembaga/perusahaan
--	--	--	--	---	--

Tabel 1.1 *Kajian Penelitian Terdahulu*

1.5.2 Landasan Teoritis

Penelitian menggunakan *Impression Management Theory*. Teori ini mengemukakan bahwa setiap individu berusaha untuk mempresentasikan dirinya dengan sengaja dalam interaksi sosial untuk menciptakan kesan yang diinginkan oleh orang lain. Johansson (2007:220) menyebutkan upaya ini disebut manajemen impresi, Dimana individu menggunakan komunikasi sebagai alat untuk membentuk kesan yang diinginkan terhadap dirinya. Rosenfeld, Giacalone, & Riordan (1994:220) menyebutnya sebagai teori persentasi diri karena berkaitan dengan cara individu mempresentasikan diri mereka.

Interaksi dengan orang lain, individu menggunakan komunikasi untuk mengelola kesan yang orang lain miliki terhadap dirinya Goffman (1959:220). Goffman membagi komunikasi menjadi dua bagian: Komunikasi verbal, yang relatif mudah bagi individu untuk mengelola dan memanipulasi, dan komunikasi

nonverbal yang relatif lebih sulit dikontrol karena sering terjadi di luar kesadaran atau tidak disengaja.

Komunikannya umumnya melakukan pengecekan dan perbandingan terhadap perilaku verbal apa yang diucapkan dan perilaku nonverbal seperti gerakan tubuh. Akibatnya, muncul situasi asimetris dalam proses komunikasi: individu sebagai komunikator hanya menyadari satu bagian, yaitu komunikasi verbal, sementara komunikan dapat menangkap pesan baik verbal maupun nonverbal.

Konsep presentasi diri dari Goffman telah diaplikasikan beberapa ilmuwan untuk menjelaskan bagaimana individu membangun impresi orang lain. Jones membuat lima kategori atau tipologi strategi presentasi diri yang biasa dilakukan individu berdasarkan atribut yang digunakan. Metts (2009:222) Beliau berpendapat bahwa tipologi ini juga berlaku untuk menjelaskan perilaku organisasi dalam mempresentasikan dirinya untuk memengaruhi impresi publiknya. Kelima tipologi presentasi diri dari Edward Jones, Metts (2009 : 222) antara lain:

1. *Strategi Ingratiation* (Menyenangkan Orang Lain)

Strategi ini diwujudkan dengan menampilkan emosi-emosi positif selama interaksi dengan publik, seperti organisasi suka membantuk publik dan menghargai kepentingan publik.

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

Strategi ini ditampilkan dengan menampilkan prestasi yang dicapai organisasi, hal-hal baik yang telah dilakukan organisasi terhadap publiknya, dan menampilkan berbagai penghargaan yang diperoleh organisasi terhadap prestasinya.

3. *Strategi Exemplication* (Sebagai Contoh)

Strategi ini digunakan oleh organisasi yang ingin diimpresikan sebagai organisasi yang layak dijadikan contoh atau model bagi organisasi lain.

4. *Strategi Supplication (Self-Handicapping)*

Strategi ini digunakan oleh organisasi yang ingin dipersepsi sebagai organisasi yang memiliki keterbatasan dalam membantu publik. Organisasi diimpresikan sebagai pihak yang lemah.

5. *Strategi Intimidation*

Strategi ini diwujudkan dengan menampilkan atribut yang mempresentasikan kemarahan atau keinginan untuk menghukum pihak lain yang menyebabkan kerugian.

1.5.3 Landasan Konseptual

Pengelolaan citra yang digunakan pimpinan adalah dengan pemanfaatan program Halo Bandung *On The Spot* yang merupakan salah satu program *booth activation* untuk menunjukan kepada publik mengenai kinerja pimpinan yang dipaparkan kepada publik terkhusus kepada masyarakat yang berada di Bandung.

Penelitian ini mendeskripsikan bagaimana langkah yang diambil oleh pihak internal Prokopim (Protokol Dan Komunikasi Pimpinan) dalam rangka meningkatkan dan mempertahankan citra, tidak menjelaskan hubungan suatu variabel serta tidak menguji hipotesis. Pendeskripsian yang dilakukan dalam penelitian ini berupa pengumpulan data melalui pencatatan dan penginterpretasian kondisi-kondisi yang terjadi pada objek penelitian.

Konsep yang digunakan dalam penelitian dimaksudkan sebagai panduan dalam melakukan penelitian. Pengambilan konsep yang telah digunakan sangat

relevan dengan langkah yang diambil oleh seorang humas dalam pengelolaan suatu program agar citra lembaga tetap terjaga. Konsep yang menunjang penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengelolaan Citra

Pengelolaan adalah proses yang membantu merumuskan kebijakan dan tujuan organisasi atau proses yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan pencapaian tujuan Poerwadarminta (2006), Sedangkan menurut Syamsi (2008) pengelolaan adalah proses, cara, perbuatan pengelolaan yang membantu merumuskan kebijakan dan tujuan organisasi atau yang memberikan pengawasan suatu hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijakan dan pencapaian tujuan dengan menggunakan tenaga orang lain.

Pengelolaan yang baik bisa menghasilkan sesuatu yang baik. Pengelolaan memberikan gambaran mengenai sejauh mana keberhasilan dalam mencapai tujuan karena pada proses pengelolaan tahap akhir yakni evaluasi yang merupakan hal mendasar yang selalu dilakukan setiap akhir pelaksanaan kegiatan.

Citra dapat dibentuk berdasarkan kesan yang didapatkan seseorang mengenai fakta atau keadaan suatu lembaga maupun perusahaan. Informasi serta pengetahuan yang diterima seseorang akan membentuk persepsi dan nantinya akan mempengaruhi pemikiran terhadap objek yang kita terima, Ada beberapa faktor atau hal yang dapat membentuk citra, yaitu identitas, manajemen organisasi, pola komunikasi yang berlaku, serta produk :

- 1) Identitas dapat dibagi menjadi dua, yakni fisik dan nonfisik. Identitas fisik terdiri dari nama, motto, logo, warna, symbol, dan sebagainya. Adapun identitas nonfisik adalah filosofi, sejarah, nilai, dan budaya. Contoh, dalam perusahaan asuransi Bumiputera logonya membentuk mahkota yang melambangkan kekuatan serta terdiri dari tiga figur manusia (membangkitkan memori tiga pendirinya) yang mewakili kesatuan dan kebersamaan seluruh rakyat indonesia dari berbagai lapisan masyarakat.
- 2) Manajemen organisasi. Dalam hal ini adalah visi, misi sistem pengambilan keputusan, struktur organisasi, sistem pelayanan, positioning organisasi, dan sebagainya.
- 3) Pola komunikasi. Manajemen organisasi yang diterapkan dalam sebuah organisasi pada akhirnya menentukan pola komunikasi suatu organisasi. Pola komunikasi ini akan menjadi membentuk citra tertentu bagi organisasi dan pola pembentukannya sangat pelan sehingga seolah tidak terasa.
- 4) Kualitas produk. Kualitas produk dan layanan organisasi atau perusahaan sangat tergantung pada segmentasi organisasi. Konteks membandingkan kualitas antara suatu organisasi atau perusahaan yang satu dengan yang lainnya, tetapi segmentasi organisasi atau perusahaan akan berkait erat dengan produk yang dihasilkannya.

Citra menjadi hal penting karena mampu mengubah hasil dari tujuan sebuah perusahaan maupun lembaga sebelumnya. Konteks membandingkan kualitas antara suatu organisasi atau perusahaan yang satu dengan yang lainnya, tetapi segmentasi organisasi atau perusahaan akan berkait erat dengan produk yang dihasilkannya.

2. Halo Bandung *On The Spot*

Halo Bandung *On The Spot* merupakan program untuk memfasilitasi pimpinan agar bisa lebih dekat dengan masyarakat karena dengan adanya program ini masyarakat bisa berinteraksi secara langsung dengan pimpinan. Program ini sendiri dilaksanakan disetiap kegiatan pimpinan dan bentuk dari program ini yaitu berbentuk *Booth Activation* yang dimana program ini bertujuan untuk menghadirkan pimpinan beserta jajarannya untuk diajak berdiskusi dan hadir lebih dekat dengan masyarakat tentang kegiatan pimpinan, *event* atau apapun yang lainnya. Masyarakat pun diharapkan untuk dapat memahami apa yang ada di Kota Bandung dan keberadaannya Kota Bandung selain itu masyarakat disarankan untuk bisa lebih interaktif.

Program Halo Bandung *On The Spot* sudah ada sejak tahun 2020 dan pada awalnya program ini bernama Humas *On The Spot* namun dengan perubahan regulasi kebijakan pemerintah Peraturan Menteri dalam Negeri Republik Indonesia nomor 56 tahun 2019 tentang Pedoman Nomenklatur dan Unit Kerja Sekretariat Daerah Provinsi dan Kabupaten/Kota, program Humas Bandung *On The Spot* kemudian lebih dikembangkan lagi hingga namanya berubah menjadi Halo Bandung *On The Spot*. Bedannya program ini saat namanya Humas *On The Spot* tidak ada pimpinannya dan hanya mensosialisasikannya sendiri. (dikutip dari website resmi JDIH yang diakses pada 11 mei pada pukul 02.37 wib)

Program Halo Bandung *On The Spot* diperuntukan untuk masyarakat umum dan bukan hanya masyarakat Kota Bandung saja karena yang di luar Kota Bandung pun bisa berkunjung ke *booth activation* Halo Bandung *On The Spot* seperti diacara

Jobfair, acara ini dihadirkan oleh beberapa peserta yang ingin tes kerja di Bandung tepatnya di Kiara Artha Park dan mereka hadir diberbagai kota dan bahkan pimpinan pun hadir ke acara ini untuk memberikan motivasi dan semangat untuk mereka para pejuang CASN (Calon Aparatur Sipil Negara).

Program ini diberi nama Halo Bandung *On The Spot* karena memang setiap orang yang datang ke *booth activation* Halo Bandung *On The Spot* secara langsung diberi tahu tentang program dan kegiatan pimpinan biasanya cara penyampaianya dengan menampilkan cuplikan-cuplikan program pimpinan dengan begitu masyarakat akan bisa lebih mengenal pimpinan.

Program Halo Bandung *On The Spot* dibuat sebagai sarana untuk menyebarkan informasi tentang program-program Pimpinan Kota Bandung serta menginformasikan kebijakan-kebijakan pimpinan Kota Bandung, program kerja dan hasil kinerja pemerintah Kota Bandung yang dikemas dengan *booth activation*. Program ini tentunya membutuhkan persiapan yang matang serta efektif, guna mencapai informasi yang bisa diterima dengan baik oleh masyarakat sehingga menghindari timbulnya segala bentuk kesalahpahaman dikemudian hari.

1.6 Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Jl. Wastukencana No. 2, Babakan Ciamis, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40117. Alasan memilih tempat ini karena tertarik dengan program Halo Bandung *On The Spot* dalam mempertahankan dan meningkatkan citra pimpinan melalui *Booth activation* Halo Bandung *On the Spot*, selain itu

pernah magang di prokopim yang merupakan lembaga tempat program itu terselenggara.

Program ini semakin berkembang dan semakin banyak peminatnya terkhusus untuk kalangan para ibu-ibu yang selalu antusias dalam mengikuti program Halo Bandung *On The Spot*. Penelitian dalam program ini dilakukan sebagai bentuk monitoring perkembangan program Halo Bandung *On The Spot* di samping sebagai syarat menyelesaikan studi sarjana, Penelitian ini pun dilakukan guna sebagai bentuk kontribusi mahasiswa magang terhadap lembaga tersebut agar terus berkembang dan mampu meningkatkan dan mempertahankan citranya.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivistik. Paradigma konstruktivistik secara epistemologi memandang bahwa realitas kebenaran merupakan hasil dari konstruksi manusia. Paradigma konstruktivistik memandang bahwa individu (publik internal) melakukan interpretasi dan tindakan menurut berbagai konsep yang ada dalam pikirannya untuk membangun citra yang ingin dibentuk di mata publik nantinya. Paradigma konstruktivistik memandang suatu realitas sosial yang terjadi sebagai akibat dari konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas bersifat relatif berdasar perspektif interpretivisme (penafsiran) yang tidak bisa digeneralisasikan pada semua orang.

Adapun alasan menggunakan paradigma konstruktivistik pada penelitian karena dianggap mampu melihat realitas sosial dari program Halo Bandung *On The Spot* yang dikonstruksikan serta bagaimana konstruksi itu terbentuk dalam upaya mengelola citra pimpinan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dilakukan untuk mendapatkan deskripsi terhadap suatu peristiwa yang dilakukan secara utuh kepada subjek penelitian. Keterbatasan objektivitas dan kontrol sosial menjadi bentuk kepedulian agar mendapat pemahaman atas keunikan, dinamika, dan hakikat dari peristiwa. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh pandangan mengenai bagaimana keberadaan program Halo Bandung *On The Spot* dalam upaya mengelola citra pimpinan, dan untuk mendapatkan data-data perlu menggunakan beberapa kegiatan seperti observasi non partisipatori aktif, wawancara semiterstruktur, dan dokumentasi agar sesuai dengan tujuan penelitian.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode merupakan cara yang dapat digunakan untuk mengimplementasikan rencana yang sudah disusun dalam bentuk kegiatan nyata dan praktis untuk mencapai tujuan pembelajaran. Sehingga metode juga bisa diartikan sebagai cara mengerjakan sesuatu dan cara itu mungkin baik, tapi mungkin tidak baik dan baiknya sesuatu metode banyak tergantung kepada beberapa faktor. faktor-faktor tersebut, mungkin berupa situasi dan kondisi serta pemakaian dari suatu metode tersebut.

Metode yang digunakan dan dipilih karena dapat memudahkan untuk melakukan penelitian. Metode deskriptif kualitatif dapat memberikan penjelasan dan pemaparan terkait hasil-hasil data yang diperoleh ketika melakukan penelitian di lapangan terkait bagaimana publik internal protokol mengelola citrannya program Halo Bandung *On The Spot*. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang mengkaji dan menginterpretasikan teks dan wawancara serta hasilnya dengan

tujuan menemukan makna. Analisis yang digunakan dalam artikel ini adalah deskriptif (Sugiyono, 2021).

1.6.4 Sumber Data

Sumber data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder, yaitu :

1. Sumber data primer, merupakan semua pihak yang terlibat dalam program Halo Bandung *On The Spot* yakni semua pegawai yang bekerja di Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Bandung. Peneliti menggunakan hasil wawancara yang diperoleh dari informan topik penelitian sebagai data primer. (Sugiyono, 2021). Untuk penelitian ini data primer dilakukan secara langsung dan digunakan melalui wawancara bersama informan di Protokol dan Komunikasi Pimpinan
2. Sumber data sekunder berupa pelengkap yang dibutuhkan pun seperti dokumen resmi mengenai program Halo Bandung *On The Spot* serta laporan kegiatan maupun foto. (Sugiyono, 2021). Dalam penelitian ini data sekunder tersebut berupa regulasi hukum, dokumen resmi, website pemerintah, arsip yang ada di Pemerintah Kota Bogor, artikel, jurnal dan buku-buku.

1.6.5 Penentuan Informan

Penentuan informan dalam penelitian ini dilihat dari beberapa pertimbangan, dengan demikian yang menjadi informan dalam penelitian ini memiliki syarat yakni :

1. Seluruh publik internal Protokol dan Komunikasi Pimpinan seperti pegawai yang terlibat di dalam program tersebut.

2. Pihak eksternal seperti masyarakat kota Bandung yang terlibat dan mengikuti setiap kegiatan kegiatan Halo Bandung *On The Spot*.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yang dikembangkan oleh (Sugiyono, 2021) yakni :

a. Observasi Partisipatif Pasif

Observasi dianggap sebagai landasan bagi semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat melakukan penelitian berdasarkan data, yakni fakta-fakta mengenai realitas dunia yang diperoleh melalui observasi, sebagaimana dikutip Sugiyono (2021), menjelaskan bahwa melalui observasi dapat belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut, oleh karena itu dengan menggunakan metode observasi atau pengamatan, dengan menggunakan metode ini dapat secara langsung melihat dan mengamati kegiatan-kegiatan program Halo Bandung *On The Spot* termasuk apa saja kegiatan yang ada di dalam program tersebut.

observasi penelitian dapat mencatat peristiwa-peristiwa yang terjadi dalam konteks yang berkaitan dengan pengetahuan proporsional maupun pengetahuan yang diperoleh langsung dari data-data. Metode observasi partisipatif dapat dilakukan secara langsung dalam berbagai kegiatan yang diamati.

Penelitian ini pun bisa aktif berpartisipasi, turut merasakan pengalaman, serta terlibat dalam setiap aspeknya dengan demikian, penelitian menggunakan observasi partisipatif memiliki kemampuan untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber informasi yang diperlukan,

sehingga analisisnya dapat dilakukan secara komprehensif, mendalam, dan akurat. Hal ini mencakup pemahaman hingga pada tingkat makna dan perilaku yang teramati dalam konteks kegiatan yang diikuti.

b. Wawancara Semiterstruktur

Wawancara semiterstruktur dianggap sebagai jenis wawancara mendalam karena pada awalnya belum memiliki pemahaman yang pasti mengenai informasi yang akan diperoleh oleh karena itu, diperlukan wawancara tatap muka dengan beberapa pihak terkait. Disampaikan beberapa pertanyaan terkait penelitian, namun tidak harus terpaku pada pertanyaan yang telah disusun sehingga menjadikannya memungkinkan untuk mengajukan pertanyaan tambahan sesuai kebutuhan dan untuk menjalankan wawancara secara mendalam, bahkan jika pertanyaan tersebut tidak tercantum dalam daftar pertanyaan. Tujuannya yaitu agar dapat memperoleh data yang spesifik dan rinci mengenai program Halo Bandung *On The Spot*.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan tulisan dari peristiwa yang telah berlalu. Dokumentasi dapat berwujud seperti gambar, tulisan, ataupun karya monumental yang diciptakan oleh individu. Dokumen kualitatif yang digunakan dapat bersumber dari data publik ataupun privat sebagai pendukung data hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan.

Dalam penelitian ini dokumentasi yang akan dilampirkan berupa gambar-gambar atau foto serta arsip resmi mengenai pelaksanaan Program Halo Bandung *On The Spot*.

d. Triangulasi

Triangulasi adalah suatu konsep dalam penelitian yang diperkenalkan untuk meningkatkan validitas dan keandalan data dengan menggunakan berbagai metode, sumber, atau pendekatan.

a. Triangulasi sumber melibatkan penggunaan beberapa sumber data untuk mengonfirmasi atau membandingkan temuan. Ini dapat termasuk wawancara dengan beberapa responden, pengamatan, atau analisis dokumen dari berbagai sumber.

b. Triangulasi metode melibatkan penggunaan beberapa metode penelitian untuk menguji kesahihan dan keandalan temuan. Ini berarti mendekati masalah penelitian dengan berbagai cara untuk memverifikasi hasil.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan bagian sangat penting dalam penelitian, karena dari analisis ini akan diperoleh temuan, baik temuan substantif maupun formal. Analisis data pun merupakan proses menyelidiki dengan cara mencari data secara sistematis dari berbagai sumber seperti wawancara, catatan lapangan, dan materi pendukung lainnya setelah data terkumpul, analisis dilakukan untuk mengatur informasi tersebut dengan susunan terstruktur. Tujuan utamanya yaitu untuk memfokuskan penelitian dan memeriksa keabsahan data yang telah dikumpulkan. Proses analisis data dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan. Pada tahap akhir

penelitian, analisis data menjadi kunci untuk merumuskan kesimpulan dari data yang telah terkumpul.

Proses analisis data dilakukan melalui tahapan yang sistematis, mulai dari pengumpulan data di lapangan, pengorganisasian temuan secara terstruktur, penyajian hasil temuan, hingga mencapai tahap yang memerlukan usaha ekstra, yaitu pencarian makna yang tidak dapat dilakukan dalam satu langkah. Pada tahap ini, diperlukan peningkatan pemahaman terhadap kejadian atau kasus yang terjadi.

Penelitian ini mengadopsi model teknik analisis data yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman (Sugiyono 2021). Terdapat tiga jenis kegiatan dalam analisis data kualitatif, yaitu reduksi yang melibatkan proses mempertajam, memilih, dan memfokuskan data, kemudian menyusunnya agar dapat digambarkan. Hasil dari tahap reduksi tersebut kemudian dideskripsikan dalam bentuk paparan data (Data display), dan terakhir, kesimpulan ditarik atau verifikasi dilakukan terhadap kesimpulan tersebut.

1.6.8 Teknik Penentuan Keabsahan Data

keabsahan data ditentukan menggunakan Teknik triangulasi data. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai cara, dan berbagai waktu. Penelitian ini menggunakan triangulasi teknik dimana untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Pengumpulan data yang dilakukan kepada program Halo Bandung *On The Spot* menggunakan observasi non partisipatori aktif, wawancara semiterstruktur, dan dokumentasi, untuk pemeriksaan keabsahan data dan sumber data dilakukan perbandingan dan pengecekan terhadap kepercayaan akan suatu informasi yang diperoleh dengan cara menanyakan hal

yang sama melalui sumber yang berbeda. Adapun cara yang dilakukan dalam penentuan keabsahan data yang di kembangkan oleh Miles dan Huberman (Sugiyono, 2021) diantaranya :

- a. Membandingkan data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan informan di depan publik dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
- c. Mengecek konsistensi dari apa yang dikatakan orang terkait hal yang sama di waktu yang berbeda.
- d. Membandingkan perspektif seseorang dari sudut pandang yang berbeda.

