

Strategi Public Relations Dalam Memelihara Citra Pemerintah Desa Partihaman Saroha

Nurhanifah¹, Brilliant Heaby Ananda², Dirga Ayu Sulistia³,
Muhammad Siddiq⁴, Nurul Halisa⁵, Zurrahman Rifqi⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

nurhanifah@uinsu.ac.id¹, brilianheaby41@gmail.com²,
dirgaayusulistia81@gmail.com³, srarzdiq11@gmail.com⁴,
halisanurul49@gmail.com⁵, zurrahmanrifki@gmail.com⁶

ABSTRACT

This study discusses the public relations strategy of the Partihaman Saroha village government in maintaining a positive image. The purpose of this study is to explore and describe the public relations strategy used by local governments to maintain a positive image. This study uses four theories, namely image theory to determine the image of the government of Padang Sidempuan District, Partihaman Saroha Village, public relations, and government public relations to determine the government's role. relationship with public relations image and strategy to determine the public relations strategy used. This type of research is descriptive and the presentation of the data is qualitative. Data were obtained from interviews with the Partihaman Saroha Village Head. From the results of the research it is known that the public relations strategy used by village officials or village heads and their members to form a positive image is media relations and Mandok Hata (said) lightly on local community complaints). The aim of the Sidempuan Hitaimbaru sub-district government is to choose media relations as a strategy to reduce or even eliminate negative information about Partihaman Saroha village in the media, positive reporting about Padang sub-district What is the Sidempuan Hutaimburu district government.

Keywords: *public relations, positive image, partihaman saroha village*

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi kehumasan pemerintah desa Partihaman Saroha dalam menjaga citra positif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dan mendeskripsikan strategi kehumasan yang digunakan oleh pemerintah daerah untuk menjaga citra positif. Penelitian ini menggunakan empat teori yaitu teori citra untuk mengetahui citra pemerintah Kecamatan Padang Sidempuan, Desa Partihaman Saroha, humas, dan humas pemerintah untuk mengetahui peran pemerintah. Hubungan dengan citra kehumasan dan strategi untuk menentukan strategi kehumasan yang digunakan. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan penyajian datanya kualitatif. Data diperoleh dari wawancara dengan Kepala Desa Partihaman Saroha. Dari hasil penelitian diketahui bahwa strategi kehumasan yang digunakan oleh perangkat desa atau kepala desa dan anggotanya untuk membentuk citra positif adalah media relations dan Mandok Hata (said) ringan atas keluhan masyarakat setempat). Tujuan pemerintah kecamatan Sidempuan Hitaimbaru adalah memilih hubungan media sebagai strategi untuk mengurangi atau bahkan menghilangkan informasi negative tentang desa Partihaman Sarohadi media, pemberitaan positif tentang kecamatan Padang Apa itu pemerintah kabupaten Sidempuan Hutaimburu.

Kata kunci: *Humas, Citra Positif Desa Partihaman Saroka*

PENDAHULUAN

Partihaman Saroha adalah salah satu kelurahan di Kecamatan Padangsidempuan Hutaimbaru, Padang Sidempuan, Sumatra Utara, Indonesia. PR disebut HUMAS (Humas) dan telah lama digunakan secara luas oleh kementerian dan departemen Indonesia, perusahaan dan perusahaan swasta. Humas adalah segala bentuk komunikasi internal atau eksternal yang dikembangkan antara organisasi dan khalayaknya untuk mencapai tujuan tertentu berdasarkan saling pengertian (Jefkins, 2002: 9). Glasnost harus bisa menemukan tempat antara pemerintah dan rakyat. Peran humas telah mencoreng citra pemerintah. Citra pemerintah penting bagi pemerintah karena meliputi apa yang dilihat oleh masyarakat. Dapat dikatakan bahwa pemerintahan dengan citra sosial yang baik lebih menikmati kredibilitas dari luar. Humas harus menyampaikan informasi tentang organisasi atau perusahaan kepada publik, agar organisasi atau perusahaan tersebut dapat terus eksis dan dikenal masyarakat. Dalam rangka penyampaian informasi, Humas membutuhkan sarana untuk mendukung penyebaran informasi. Informasi adalah perumusan seperangkat skenario untuk komunikasi dan dampak pada sasaran untuk mendapatkan interaksi dan tanggapan yang sebesar mungkin melalui media, serta untuk mempercepat dan mempercepat proses terjalannya komunikasi. Seperti yang ditulis Darmastuti (2012) dalam bukunya *Media Relations*, media merupakan wahana untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Media merupakan wadah yang sangat penting yang perlu digunakan untuk mendistribusikan informasi, dan media yang dikemas dengan baik juga dapat digunakan untuk menganalisis, mengevaluasi, dan mengontrol informasi baik yang masuk maupun keluar. Liputan media dapat mengubah cara orang memandang informasi, terutama tentang organisasi individu, perusahaan dan institusi. Karena media memiliki banyak kekuatan, PR harus melakukan satu hal: media relations, atau yang sering disebut media relations. Karena membangun hubungan yang baik menguntungkan organisasi dan perusahaan. perusahaan dan institusi. Karena media memiliki banyak kekuatan, PR harus melakukan satu hal: media relations, atau yang sering disebut media relations. Karena membangun hubungan yang baik menguntungkan organisasi dan perusahaan. perusahaan dan institusi. Karena kekuatan media yang begitu besar, PR menjadi salah satu relasi dengan media atau seperti halnya media, sebuah bisnis. Hal ini karena menjalin hubungan yang baik akan meningkatkan keuntungan suatu organisasi atau perusahaan. Atau sering disebut dengan media relation.

Karena membangun hubungan yang baik menguntungkan organisasi dan perusahaan. perusahaan dan institusi. Karena media memiliki banyak kekuatan, PR harus melakukan satu hal: media relations, atau yang sering disebut media relations. Karena membangun hubungan yang baik menguntungkan organisasi dan perusahaan. perusahaan dan institusi. Karena kekuatan media yang begitu besar, PR menjadi salah satu relasi dengan media atau seperti halnya media, sebuah bisnis. Hal ini karena menjalin hubungan yang baik akan meningkatkan keuntungan suatu organisasi atau perusahaan. Atau sering disebut dengan media relation. Karena membangun hubungan yang baik menguntungkan organisasi dan perusahaan.

perusahaan dan institusi. Karena media memiliki banyak kekuatan, PR harus melakukan satu hal: media relations, atau yang sering disebut media relations. Karena membangun hubungan yang baik menguntungkan organisasi dan perusahaan. perusahaan dan institusi. Karena kekuatan media yang begitu besar, PR menjadi salah satu relasi dengan media atau seperti halnya media, sebuah bisnis. Hal ini karena menjalin hubungan yang baik akan meningkatkan keuntungan suatu organisasi atau perusahaan. PR harus melakukan satu hal. Media relations atau sering disebut dengan media relations. Karena membangun hubungan yang baik menguntungkan organisasi dan perusahaan. perusahaan dan institusi. Karena kekuatan media yang begitu besar, PR menjadi salah satu relasi dengan media atau seperti halnya media, sebuah bisnis. Ini karena fakta

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah metode kualitatif (library) dan metode dokumentasi dan wawancara digunakan untuk mengumpulkan data. Data tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis isi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PENGERTIAN *PUBLIC RELATIONS*

Public relations ruang lingkupnya luas dan berperan aktif baik dalam urusan dalam negeri maupun luar negeri. Ini tentang membantu Anda terhubung dengan komunitas yang lebih luas. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat berbagai kegiatan promosi untuk membantu kehumasan dan pengembangan sistem. Kemiripan keduanya terletak pada kenyataan bahwa publisitas dan publisitas membangun hubungan dua arah antara masyarakat dan institusi.

Darmastuti (2012) Hubungan Media Ketika kita menulis untuk media, itu adalah sarana untuk menyampaikan pesan kepada audiens kita. Media merupakan wadah yang sangat penting yang harus digunakan untuk mendistribusikan informasi yang dikemas dengan baik. Media juga dapat digunakan untuk menganalisis, mengevaluasi dan mengontrol baik informasi yang masuk maupun keluar. Liputan media dapat mengubah persepsi masyarakat. Ini terutama berlaku untuk informasi tentang organisasi, individu, perusahaan, dan institusi. Karena kekuatan media, PR merupakan salah satu kegiatan media relations atau sering disebut dengan media relations. Karena membangun hubungan yang baik menguntungkan organisasi dan perusahaan.

Karena sebagian besar aktivitas manusia tidak dapat dipisahkan dari komunikasi, maka komunikasi merupakan proses aktivitas manusia yang sangat

penting dan mendasar. Iklan pers/iklan media memainkan peran penting dalam pengungkapan informasi publik untuk meningkatkan citra positif. Kangar (2002: 30) dalam bukunya *An Introduction to Communication Studies* membedakan empat jenis komunikasi: komunikasi diri, komunikasi interpersonal, komunikasi publik dan komunikasi massa.

Menjadi pembicara secara langsung di depan audiens yang besar adalah hak istimewa, tetapi ada beberapa perbedaan penting yang membuatnya unik. Ya, proses komunikatif penyampaian pesan secara tatap muka oleh seorang pembicara di hadapan khalayak yang lebih luas memang ada keistimewaannya, namun ada beberapa perbedaan yang sangat penting yang membuatnya menjadi unik. Ya, proses komunikatif penyampaian pesan secara tatap muka oleh seorang pembicara di hadapan khalayak yang lebih luas memang ada keistimewaannya, namun ada beberapa perbedaan yang sangat penting yang membuatnya menjadi unik.

Di era global dimana segala sesuatu di bidang pendidikan dan teknologi berkembang pesat, juga telah membawa perubahan kehidupan. Di era global, lembaga pendidikan harus berani mengantisipasi tantangan global yang mungkin muncul dari perubahan aspek kehidupan masyarakat, terutama opini negatif opini publik di institusi.

Dalam hal ini, Humas juga melayani:

1. Spesialis PR dapat bertindak sebagai perantara komunikasi langsung (tatap muka) dan tidak langsung (melalui media/pers) di pemerintah daerah.
2. Penciptaan dan implementasi kegiatan untuk mendukung dan mendukung proses menginformasikan. Fungsi publisitas dalam hal ini adalah menjual atau mempromosikan masyarakat.
3. Menjaga hubungan baik dengan masyarakat lokal atau nasional dan menciptakan citra positif bagi pemerintah Desa Partihaman Saroja Kecamatan Padang Sidim Puan Hutimebal. Menjaga hubungan baik dengan masyarakat berarti mendapatkan kepercayaan mereka.

STRATEGI KEGIATAN *PUBLIC RELATIONS* ATAU HUMAS DI DESA PARTIHAMAN SAROKHA

Dalam proses menciptakan citra yang baik dan mendapatkan kepercayaan mereka, kami mengubah hidup orang menjadi lebih baik. Kegiatan informasi berperan penting dalam menciptakan citra positif pemerintahan desa Partikhman Sarokha, membangun dan memelihara hubungan yang harmonis di dalam dan di luar desa Partikhman Sarokha, menyebarkan informasi kepada masyarakat yang berkepentingan.

Dalam literatur PR lama, istilah yang biasa digunakan untuk hubungan media adalah hubungan pers, dan istilah "pers" sendiri sering diidentikkan dengan media cetak. Padahal, banyak kegiatan media relations yang membutuhkan hubungan baik dengan media cetak. Sebenarnya ini bukan hubungan dengan media, tapi hubungan dengan media. Istilah media relations masih banyak digunakan, termasuk untuk menggambarkan hubungan antara media penyiaran atau online. Melihat situasi terkini di kalangan profesional media dan kehumasan, istilah yang paling tepat

adalah "hubungan media" daripada "hubungan pers". Berdasarkan pendapat tersebut, sekretaris Partihamana mengatakan: Komunikasi dengan media merupakan bagian yang sangat penting dan efektif dari pekerjaan seorang spesialis PR. Hubungan media adalah iklan. Khususnya,

Semua ini penting karena dapat berkontribusi pada kesuksesan program Anda, dan berhasil karena tidak memerlukan banyak biaya untuk menggunakan metode promosi untuk memberi Anda informasi tentang program yang ingin Anda jalankan. Upaya memaksimalkan publikasi atau penyiaran pesan atau informasi promosi yang dimaksudkan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat, khususnya suatu organisasi atau bisnis. Sikap ini meluas tidak hanya pada pers, tetapi juga pada semua jenis media cetak dan elektronik (radio, televisi, dll). Semua ini penting. Karena dapat berkontribusi untuk menyukseskan program. Karena berhasil, Anda tidak perlu banyak uang untuk menggunakan metode periklanan untuk memberi kami informasi tentang program yang ingin Anda jalankan. Hubungan tidak hanya tentang pers, tetapi juga semua jenis media cetak dan elektronik (radio, televisi, dll). Semua ini penting karena dapat berkontribusi pada keberhasilan program, dan efektif karena menggunakan teknik promosi untuk memberikan informasi tentang program yang ingin Anda luncurkan tidak memerlukan biaya banyak semua jenis media cetak dan elektronik seperti; radio, televisi, dan lainnya

KESIMPULAN

Dalam proses menciptakan citra yang baik dan mendapatkan kepercayaan mereka, kami mengubah hidup orang menjadi lebih baik. Kegiatan informasi berperan penting dalam menciptakan citra positif pemerintahan Desa Partikaman Saroka. Citra itu sendiri dijelaskan melalui persepsi-kognisi-motivasi-sikap. Model visualisasi ini menunjukkan bagaimana rangsangan eksternal dimodulasi dan memengaruhi respons.

Karena sebagian besar aktivitas manusia tidak dapat dipisahkan dari komunikasi, maka komunikasi merupakan proses aktivitas manusia yang sangat penting dan mendasar. Hubungan kita dengan media berperan penting dalam penyebaran informasi yang dipublikasikan untuk meningkatkan citra positif di masyarakat. Hubungan dengan pemerintah kecamatan Padang Siddim Puan Khutaimbhar desa Partihaman Saroka juga memegang peranan penting.

DAFTAR PUSTAKA

AL HABIB, D. R., & SURATMAN, B. Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pada Lembaga Pemerintahan DPRD Kabupaten Nganjuk.

Andyretno. (2009). Maksimalkan Fungsi Humas dalam Lembaga Pendidikan

Ayudia, A. P., & Wulandari, S. S. (2021). Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Probolinggo. *Journal of Office Administration: Education and Practice*, 1(2), 249-268.

Bukit, I. S. (2019). Strategi Public Relations dalam Memelihara Citra Pemerintah

Kabupaten Karo.

Cahyani, I. E., & Setiawan, E. (2022, January). Analisis Strategi Public Relations dalam Mempertahankan Citra di Masa Pandemi Covid-19. In Bandung Conference Series: Public Relations (Vol. 2, No. 1, pp. 180-184).

Harahap, B. H. (2019). Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Program Corporate Social Responsibility. *Al-Mau'izhah: Jurnal Ilmu Keislaman dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(1), 54-67v

Hardianti, I. L. (2021). Peran Humas Dalam Membangun Citra Pemerintah Melalui Media Monitoring di Sekertariat Daerah Kabupaten Wonogiri.

Oktavianingsis, T. (2012). Peran Humas Lembaga Negara dalam Menjaga Reputasi Organisasi. Jakarta. Universitas Indonesia.

Pratama, I. Y., & Hermawati, T. (2021). Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Tangerang. *Jurnal Komunikasi Massa*.

Sabrina, A. N. (2019). Strategi Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Citra Positif Pemerintah Kabupaten Langkat (Studi Kualitatif pada Humas Pemerintah Kabupaten Langkat).