E-ISSN: 2964-6723

JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Homepage: https://jurnal.alungcipta.com/index.php/JIM
Vol. 4 No. 1, Februari 2025
Doi:



PERAN HUMAS KANTOR REGIONAL V BKN JAKARTA DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF

Ulin Nuha
Universitas Bina Sarana Informatika
Email : ulinska83@gmail.com

Abstrak

Humas memiliki peran penting dalam menjaga eksistensi suatu instansi dengan cara menciptakan persepsi positif di kalangan masyarakat dan memperkuat kepercayaan mereka terhadap kegiatan yang dilakukan. Dalam hal ini, semakin baik hubungan antara organisasi dengan publiknya, maka semakin positif citra yang terbentuk di mata publik. Peran Humas sangat penting dalam membina hubungan ke dalam (public internal) dan membina hubungan ke luar (public eksternal), karena hal ini dapat mempengaruhi cara pandang publik terhadap reputasi instansi tersebut. Penelitian bertujuan untuk mengetahui peran Humas Kantor Regional V BKN Jakarta dalam mempertahankan citra instansi. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, data dihimpun dari proses wawancara. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan empat tahapan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa peran Humas Kantor Regional V BKN Jakarta dalam mempertahankan citra positif yaitu dengan menjalin hubungan ke dalam (public internal) yaitu dengan melakukan kolaborasi dan kerja tim. Sedangkan peran Humas Kantor Regional V BKN Jakarta dalam menjalin hubungan ke luar (public eksternal) yaitu dengan melakukan atau mengadakan acara publik atau kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) rutin.

Kata kunci: Citra, Humas, Strategi Komunikasi

Abstract

Public relations has an important role in maintaining the existence of an agency by creating positive perceptions among the public and strengthening their trust in the activities carried out. In this case, the better the relationship between the organization and its public, the more positive the image formed in the eyes of the public. The role of public relations is very important in fostering inward relationships (internal public) and fostering outward relationships (external public), because this can affect the way the public views the agency's reputation. The study aims to determine the role of Public Relations of Regional Office V BKN Jakarta in maintaining the image of the agency. The method used in this research is descriptive qualitative, data collected from the interview process. This research data analysis technique uses four stages, namely data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of this study state that the role of Public Relations of Regional Office V BKN Jakarta in maintaining a positive image is by establishing inward relationships (internal public), namely by collaborating and teamwork. While the role of Public Relations of Regional Office V BKN Jakarta in establishing relationships outward (external public) is by conducting or holding public events or routine Corporate Social Responsibility (CSR) activities.

Keywords: *Communication Strategy, Image, Public Relations.*

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

PENDAHULUAN

Di era yang modern saat ini, Humas menjadi hal yang penting di suatu instansi pemerintahan. Dimana posisi Humas sangat dibutuhkan dalam membentuk dan mempertahankan citra suatu instansi pemerintah. Dengan begitu peran seorang Humas sangat berpengaruh terhadap suatu instansi pemerintah. Humas memiliki peran penting dalam menjaga eksistensi suatu instansi dengan cara menciptakan persepsi positif di kalangan masyarakat dan memperkuat kepercayaan mereka terhadap kegiatan yang dilakukan. Dalam hal ini, semakin baik hubungan antara organisasi dengan publiknya, maka semakin positif citra yang terbentuk di mata publik.

Sesuai dengan peran Humas menurut Cultip, Center dan Broom peran Humas berfungsi sebagai manajemen yang membangun, mempertahankan dan meningkatkan hubungan yang baik, harmonis dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang dapat mempengaruhi gagal atau suksesnya suatu organisasi tersebut dimata publik (Rini et al., 2017).

Peran Humas sangat penting dalam membina hubungan ke dalam (public internal) dan membina hubungan ke luar (public eksternal), karena hal ini dapat mempengaruhi cara pandang publik terhadap reputasi instansi tersebut. Lembaga atau instansi akan mengalami kesulitan untuk mendapatkan kembali kepercayaan publik jika kepercayaan tersebut menurun akibat reputasi yang buruk.

Selain sebagai penghubung antar organisasi dengan publiknya, dalam perwakilan setiap kegiatan atau aktivitas organisasi pemerintah peran Humas sangatlah vital karena merupakan timbal balik penilaian publik terhadap instansi pemerintah. Setiap aspek yang menyangkut image suatu instansi pemerintah apabila tidak dikelola dengan baik, hal ini dapat menjadi masalah jangka panjang.

Banyak lembaga atau instansi yang kehilangan citranya karena tidak mampu mengelola citra mereka secara efektif, karena citra tersebut berkaitan dengan lembaga atau instansi tersebut. Aktivitas lembaga atau instansi akan terpengaruh jika kepercayaan publik terhadap lembaga atau instansi tersebut menurun. Sebaliknya, jika citra ini dapat dikemas dan dikelola dengan baik, maka akan meningkatkan kepercayaan publik. Oleh karena itu, dalam hal ini peran Humas sangat dibutuhkan, Humas menjadi ujung tombak atau garda terdepan dalam suatu perusahaan atau instansi untuk mengelola citra yang baik serta menciptakan iklim yang kondusif dan hubungan yang harmonis (Pujakesuma, 2019).

Dalam melaksanakan perannya yaitu mempertahankan citra suatu instansi pemerintah dan sebagai penghubung antar organisasi dengan publiknya, Humas membutuhkan suatu rancangan strategi komunikasi yang baik. Strategi komunikasi berfungsi sebagai panduan bagi perencanaan dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan. Secara strategis, strategi komunikasi bertujuan untuk menjelaskan dan mengarahkan apa yang harus dilakukan (Effendy, 2022).

Kantor Regional V BKN Jakarta adalah instansi Badan Kepegawaian Negara di daerah yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Badan Kepegawaian Negara dan mempunyai tugas menyelenggarakan sebagian tugas dan fungsi Badan Kepegawaian Negara di bidang pembinaan dan penyelenggaraan manajemen Aparatur Sipil Negara di wilayah kerja Provinsi DKI Jakarta, Provinsi Lampung dan Provinsi Kalimantan Barat termasuk instansi Pusat yang ada di daerah. Humas Kantor Regional V BKN Jakarta memiliki peran dalam mempertahankan citra instansi sekaligus sebagai penghubung antara organisasi dengan publiknya. Dengan peran tersebut, strategi komunikasi menjadi hal penting bagi Humas dalam mempertahankan citra positif suatu instansi di mata masyarakat.

KAJIAN PUSTAKA

1. Humas

Menurut kamus Institut of Public Relations (IPR) disebutkan bahwa Humas atau Public Relations adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya (Cahyani, 2020).

Humas atau Public Relations merupakan suatu komponen penting yang harus dimiliki oleh setiap instansi sebagai media komunikasi yang mengatur segala bentuk komunikasi yang nantinya akan menimbulkan rasa saling pengertian antara suatu instansi dengan khalayaknya.

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

Menurut Rosady Ruslan, peran Humas terbagi menjadi dua, yaitu:

1) Membina hubungan ke dalam (public internal), yang mengacu pada publik yang berada didalam organisasi itu sendiri. Seorang Humas harus mampu memahami peristiwa-peristiwa yang terjadi di dalam organisasi.
2) Membina hubungan ke luar (public eksternal), yang melibatkan publik umum atau masyarakat luas yang berada diluar organisasi. Tugas Humas adalah meningkatkan persepsi positif publik umum terhadap organisasi (Ruslan, 2012).

2. Strategi Komunikasi

Onong Uchjana Effendi menyatakan bahwa strategi komunikasi berfungsi sebagai panduan bagi perencanaan dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan. Secara strategis, Strategi komunikasi bertujuan untuk menjelaskan dan mengarahkan apa yang harus dilakukan (Effendy, 2022).

Pada dasarnya strategi komunikasi adalah perencanaan yang disusun sedemikian rupa untuk memastikan komunikasi yang baik sehingga dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Tujuan komunikasi adalah untuk memastikan bahwa semua pihak yang terlibat memahami pesan yang dikirim sehingga membuat mereka berpikir dan berperilaku sesuai dengan yang diinginkan oleh komunikator. Dengan kata lain, mempengaruhi orang lain adalah tujuan utama dari sebagian besar komunikasi.

Menurut Cutlip dan Center strategi komunikasi memiliki empat langkah dalam melaksanakan kegiatannya yaitu:

1) Fact Finding
   Pada tahapan ini yang paling diperlukan adalah kepekaan humas dalam mendengarkan dan menemukan fakta yang berhubungan dengan kepentingan perusahaan atau organisasi. Tahap ini juga dinamakan tahapan analisis situasi.
2) Planning and Programming
   Tahapan perencanaan dan penyusunan program kerja merupakan upaya yang dilakukan untuk menentukan langkah selanjutnya yang sejalan dengan tujuan.
3) Action and Communicating
   Proses ini merupakan tidak lanjut setelah melakukan perencanaan. Humas harus bisa melakukan tindakan berdasarkan rencana matang yang sudah dibuat.
4) Evaluation
   Langkah terakhir ini mencakup penilaian atau evaluasi atas persiapan, pelaksanaan dan hasil-hasil program (Cutlip, 1962).

3. Citra

Menurut Kasali, Citra merupakan gambaran yang mencerminankan identitas sebuah organisasi, yang mengakibatkan adanya kemungkinan terdapat beberapa citra yang berbeda dalam pandangan publik (Kasali, 2018). Citra mencerminkan apa yang dipikirkan, emosi dan persepsi individu. Walaupun orang melihat hal yang sama, tapi pandangan mereka bisa berbeda. Persepsi inilah yang membentuk citra dari sebuah organisasi (Lubis, 2012).

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa Citra merupakan sebuah kesan atau identitas yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam benak masyarakat. Citra perusahaan mencakup berbagai aspek termasuk logo dan slogan. Citra perusahaan sangat penting dalam mempengaruhi persepsi dan penilaian publik terhadap suatu perusahaan atau instansi. Citra yang positif dapat membantu suatu instansi dalam meningkatkan reputasinya di mata publik. Sebaliknya, Citra yang negatif dapat merusak reputasi suatu instansi.

Menurut Sari (2018), terdapat beberapa indikator yang menjadi dasar pembentukan citra, yaitu:

a. Personality adalah kombinasi semua atribut lembaga atau perusahaan yang dikenali oleh khalayak sasaran, seperti kepercayaan yang bisa diberikan dan tanggung jawab sosial yang dimiliki oleh lembaga atau perusahaan.
b. Reputation adalah persepsi publik sasaran berdasarkan pengalaman pribadi mereka atau cerita orang lain tentang lembaga atau perusahaan tersebut.
c. Value atau ethic adalah prinsip-prinsip yang dijunjung tinggi oleh suatu lembaga atau perusahaan.
d. Corporate identity merupakan elemen-elemen yang memudahkan khalayak mengenali lembaga atau perusahaan yakni seperti logo, warna dan slogan perusahaan (Sari, 2018).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln, penelitian kualitatif didefinisikan sebagai penelitian yang menggunakan pendekatan alamiah dengan tujuan untuk

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

menganalisis peristiwa yang terjadi dan dilakukan dengan menggunakan berbagai macam metode yang ada. Hasil dari penelitian ini bersifat deskriptif, yang berarti data tidak dikumpulkan dalam bentuk angka-angka atau statistik melainkan melalui pengumpulan data, dan analisis data.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik wawancara untuk mendapatkan informasi secara mendalam. Wawancara menjadi sumber data utama dalam penelitian ini. Sedangkan dokumentasi merupakan sumber data kedua dalam penelitian ini.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode Miles & Huberman yang dilakukan melalui empat tahap, yaitu: 1) Pengumpulan Data, 2) Reduksi Data, 3) Penyajian Data dan 4) Penarikan Kesimpulan. Penelitian ini dilakukan di Kantor Regional V BKN Jakarta Jl. Raya Ciracas No. 36 Kel. Kelapa Dua Wetan Kec. Ciracas Kota Jakarta Timur. Informan yang dipilih adalah Galih Mey Rizki bagian Tata Usaha Kantor Regional V BKN yang membawahi fungsi kehumasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menjalankan peran Humas tersebut, tentunya Humas Kantor Regional V BKN Jakarta menerapkan strategi komunikasi dalam menjalankan peran Humas. Peran Humas yang dilakukan Kantor Regional V BKN Jakarta dalam mempertahankan citra positif diantaranya terbagi menjadi dua poin, yaitu; menjalin hubungan ke dalam (Public Internal) dan menjalin hubungan ke luar (Public Eksternal). Peran Humas Kantor Regional V BKN Jakarta dalam mempertahankan citra akan dibahas satu persatu dalam temuan penelitian yang didapatkan.

a. Menjalin Hubungan ke Dalam (Public Internal)

Public internal adalah publik yang berada di dalam suatu perusahaan atau instansi, seperti karyawan dan manajemen. Dengan menjalin komunikasi yang harmonis dan baik dengan public internal, tujuan Humas dalam mempertahankan citra menjadi lebih mudah terwujud. Karena hubungan Humas dengan public internal tidak sekadar memberi informasi, melainkan juga menciptakan rasa saling mendukung dan pengertian.

Salah satu peran Humas Kantor Regional V BKN Jakarta dalam menjalin hubungan public internal untuk mempertahankan citra yaitu dengan melakukan kolaborasi dan kerja tim. Mendorong kolaborasi dan kerja tim adalah hal penting dalam menjalin hubungan public internal yang kuat. Hal ini melibatkan membangun kepercayaan, menciptakan rasa saling mendukung dan pengertian, menghargai kontribusi setiap anggota tim, dan mendorong kerja sama dalam mencapai tujuan bersama. Kolaborasi dan kerja tim dapat membantu dalam membangun hubungan yang kolaboratif diantara para karyawan.

Setelah mengetahui peran Humas Kantor Regional V BKN Jakarta dalam menjalin hubungan internal diantara karyawan dalam mempertahankan citra instansi, maka langkah selanjutnya adalah bagaimana perencanaan dari strategi tersebut. Perencanaan adalah proses sistematis dan terorganisir untuk memikirkan dan merencanakan tindakan atau langkah-langkah yang akan diambil untuk mencapai tujuan tersebut.

Adapun perencanaan yang dilakukan Humas Kantor Regional V BKN Jakarta dalam menjalin hubungan internal para karyawan adalah dengan melakukan suatu kegiatan seperti rapat rutin bersama para karyawan Kantor Regional V BKN Jakarta.

Setelah mengetahui bagaimana perencanaan strategi Humas Kantor Regional V BKN Jakarta dalam menjalin hubungan internal para karyawan, maka langkah selanjutnya adalah bagaimana pelaksanaan dari strategi tersebut. Pelaksanaan adalah proses penerapan atau pelaksanaan rencana, kebijakan, strategi atau tindakan yang telah direncanakan. Hal ini melibatkan langkah-langkah konkret yang diambil untuk menjalankan atau mewujudkan suatu ide ke dalam tindakan nyata. Adapun proses pelaksanaan strategi Humas Kantor Regional V BKN Jakarta adalah dengan menerapkan strategi yang telah direncanakan.

Setelah mengetahui bagaimana pelaksanaan strategi Humas Kantor Regional V BKN Jakarta dalam menjalin hubungan internal para karyawan, maka langkah selanjutnya adalah bagaimana hasil evaluasi dari strategi tersebut. Apakah strategi tersebut sukses diterapkan atau tidak. Evaluasi adalah proses analisis guna menilai kinerja, efektivitas, efisiensi atau dampak dari suatu strategi, kegiatam, dan program. Evaluasi digunakan untuk mengukur sejauh

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

sejauh mana tujuan telah tercapai, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, dan memberikan wawasan yang berharga untuk perbaikan atau pengambilan keputusan di masa depan.

Adapun evaluasi dari peran Humas Kantor Regional V BKN dalam menjalin hubungan internal para karyawan guna mempertahankan citra instansi yaitu dengan menerima setiap masukan dari semua pihak internal Kantor Regional V BKN Jakarta.

b. Menjalin Hubungan ke Luar (Public Eksternal)

Public eksternal adalah publik yang berada di luar lingkungan perusahaan atau instansi, seperti masyarakat. Public eksternal memiliki pengaruh kuat terhadap citra suatu perusahaan atau instansi. Maka dari itu, Humas harus berupaya keras dalam menciptakan serta menjaga hubungan harmonis antara suatu perusahaan atau instansi dengan public eksternal. Hal tersebut dilakukan agar dapat mempertahankan citra suatu perusahaan atau instansi.

Peran Humas Kantor Regional V BKN Jakarta dalam menjalin hubungan public eksternal dalam mempertahankan citra instansi dengan mengadakan acara publik dan kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) seperti memberikan santunan kepada lembaga sosial sekitar. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Galih Mey Rizki sebagai praktisi Humas Kantor Regional V BKN Jakarta.

"Tentunya ada, seperti mengadakan acara publik. Baru-baru ini Kantor Regional V mengadakan acara publik berupa bazar yang diadakan dalam memperingati HUT BKN. Kegiatan bazar tersebut dibuka secara umum, sehingga masyarakat sekitar bisa terlibat dan berpartisipasi dalam kegiatan yang diadakan. Selain mengadakan acara publik, pihak Kantor Regional V juga sering melakukan kegiatan rutin seperti memberikan santunan kepada lembaga sosial sekitar"

Kegiatan Corporate Social Responsibility sangat membantu dalam mempertahankan citra, selain itu kegiatan Corporate Social Responsibility dilakukan agar dapat terciptanya suatu hubungan yang baik antara perusahaan atau instansi dengan masyarakat disekitar.

Adapun perencanaan dari strategi tersebut yaitu dengan melalui rapat kerja. Sementara untuk pelaksanaan dari strategi tersebut yaitu dengan melaksanakan kegiatan CSR tersebut. Sedangkan evaluasi dari strategi tersebut yaitu dengan melakukan rapat untuk menilai seberapa sukses strategi yang telah diterapkan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa peran utama Humas Kantor Regional V BKN Jakarta dalam mempertahankan citra positif adalah sebagai penghubung antara publik yang berada di dalam lingkungan perusahaan atau instansi (public internal) seperti melakukan kolaborasi dan kerja tim antara organisasi didalam lingkungan instansi pemerintah dan publik yang berada di luar lingkungan perusahaan atau instansi (public eksternal) seperti mengadakan acara publik dan kegiatan Corporate Social Responbility. Oleh sebab itu, peran Humas sangat dibutuhkan dalam suatu perusahaan atau instansi agar dapat membentuk dan mempertahankan citra positif dari perusahaan atau instansi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Cahyani, A. M. (2020). Strategi komunikasi humas pemerintah kota surabaya dalam melayani dan menggali potensi masyarakat melalui media sosial. Jurnal Ilmu Komunikasi, 10(1), 1–16.

Cutlip, S. M. (1962). Effective public relations. Pearson Education India.

Effendy, O. U. (2022). Ilmu Komunikasi Teorik Dan Praktek. Remaja Rosdakarya,.

Lubis, E. E. (2012). Peran humas dalam membentuk citra pemerintah. Jiana (Jurnal Ilmu Administrasi Negara), 12(1).

Pujakesuma, S. (2019). Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Melalui Strategi Pencils. Civil Apparatus Policy Brief, 10, 1–4. https://www.bkn.go.id/wp-content/uploads/2014/06/Policy-Brief-Februari-2019.pdf

Rini, K. S., Rusmiwari, S., & Widodo, H. P. (2017). PERAN HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI. 6(1), 34. www.publikasi.unitri.ac.id

Ruslan, R. (2012). Manajemen public realtions & media komunikasi konsepsi dan aplikasi.

Sari, S. K. (2018). Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Konsumen (Evaluasi

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

Penjualan Jasa Kamar Aston Karimun City hotel).

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)