

Cite this:
J.SSE, Vol 2(1): 76-83 ,2023

Strategi Komunikasi Publik Kepala Daerah Kabupaten Nunukan Dalam Mengelola Pencitraan Melalui Media Massa: Studi Kasus Bagian Protokol Dan Komunikasi Pimpinan Setda Nunukan

Public Communication Strategy For Nunukan Regional Head In Managing Image Through Mass Media: Case Study of the Protocol and Communications Section of the Head of the Nunukan Secretariat

*Saharuddin¹; Firdaus Muhammad²

¹ Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Pasca Sarjana, Universitas Fajar, Kota Makassar, 90231, Indonesia

² Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar

*Email: saharudinsiri@gmail.com; firdaus.muhammad@uin-alauddin.ac.id,
Email Institusi: pascasarjana@unifa.ac.id

Received Date:
13 April 2023
Accepted Date:
6 Mei 2023

Keywords:
Public Communication Strategy, Head of Nunukan Regency, Imaging, Mass Media

Abstract. This research was conducted at the Regional Secretariat of Nunukan Regency. Protocol and Leadership Communications Section. Data collection is done through observation, interviews, and documentation. Data were analyzed using descriptive qualitative analysis using observation and interviews with five informants from the Regional Government of Nunukan Regency. The Public Communication Strategy is a Regional Head Public Communication plan to reach the target recipients of messages through the mass media as a form of regional head image management. The public communication channel that is effectively used by Prokopim is Mass Media, both print and online media. The results of this study found and showed that by observing and interviewing in qualitative research methods, the Public Communication Strategy of Regional Heads in Managing Imagery Through Mass Media as a form of conveying messages influences each regional head image. Because the communication that occurs is two-way communication, it is processed through a process of delivering messages systematically according to the target audience.

Keywords: Public Communication Strategy, Head of Nunukan Regency, Imaging, Mass Media

Kata Kunci:
Strategi Komunikasi Publik, Kepala Daerah Kabupaten Nunukan, Pencitraan, Media Massa

Abstrak. Penelitian ini dilaksanakan di Sekretariat Daerah Kabupaten Nunukan. Bagian Protokol Dan Komunikasi Pimpinan. Pengumpulan Data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data dianalisis dengan menggunakan analisis kualitatif deskriptif dengan metode observasi dan wawancara lima narasumber dari Pemerintah Daerah Kabupaten Nunukan. Strategi Komunikasi Publik merupakan perencanaan Komunikasi Publik Kepala Daerah untuk mencapai target sasaran penerima pesan melalui media massa sebagai bentuk pengelolaan pencitraan kepala daerah, saluran komunikasi public yang efektif dimanfaatkan Prokopim adalah Media Massa baik media cetak maupun media online. Hasil Penelitian ini menemukan dan menunjukkan bahwa dengan observasi dan wawancara dalam metode penelitian kualitatif maka Strategi Komunikasi Publik Kepala Daerah Dalam Mengelola Pencitraan Melalui Media Massa sebagai bentuk penyampaian pesan mempengaruhi setiap pencitraan kepala daerah. Karena komunikasi yang terjadi adalah Komuniasi dua arah, diolah melalui proses penyampaian pesan secara sistematis sesuai dengan target audience.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Publik, Kepala Daerah Kabupaten Nunukan, Pencitraan, Media Massa

PENDAHULUAN

Media massa mempunyai arti penting bagi organisasi terutama sebagai saluran untuk menyampaikan publikasi pada masyarakat luas secara umum dan publik (stakeholder) secara umum. Selain kemampuan dalam membangun wacana maupun membentuk opini, media juga banyak digunakan untuk membangun citra pemerintah maupun citra Kepala Daerah. Kepentingan publikasi tidak bersifat temporer, namun cenderung jangka panjang selama pemerintah daerah ada dengan segala dinamikanya.

Pencitraan senantiasa dilakukan melalui kampanye organisasi maupun produk pada target audiensnya (Bland, Theaker & Wragg:2005). Organisasi media terdiri dari organisasi perusahaan dan redaksi dimana manajemen redaksi mengelola isi dan teknis dari operasi media, sedangkan manajemen perusahaan mengelola bisnis dari media. Sebagai perusahaan, media tetap memerlukan branding baik secara korporasi maupun produk. Branding akan membentuk citra pemerintah daerah, produk atau keduanya. Seringkali pengelola merasa bahwa citra ataupun branding bisa dilakukan melalui media mereka sendiri, apalagi bagi media-media berjangkauan. Kepentingan publikasi bagi media-media yang saat ini bersifat jaringan atau bagian dari konglomerasi tidak jadi masalah, Namun demikian kepentingan pembangunan pencitraan akan menimbulkan persoalan dimana semua isi yang diwacanakan merupakan rancangan dari perusahaan itu sendiri. Oleh sebab itu media juga perlu berhubungan media lain untuk bisa membantu mempublikasikan aktivitasnya baik untuk kepentingan korporat maupun kepentingan produk. Selain itu, adanya motif persaingan, produk dan sumber daya yang berbeda dengan organisasi non media membawa kemungkinan pada perbedaan proses maupun bentuk kegiatan dalam hubungan dengan media. Marajanews.com, Surat Kabar Harian Radar Tarakan, marajanews.id, benuanta.co.id, Koran Kaltara, dan media massa lainnya, merupakan media cetak dan siber yang beroperasi di wilayah Kabupaten Nunukan. Semua media massa ini dipilih dengan alasan bahwa media tersebut merupakan media massa yang mewakili media penyiaran publik dan lembaga penyiaran swasta yang mempunyai bagian Hubungan Masyarakat.

Dalam melaksanakan tugas sebagai pelaksana komunikasi pimpinan, bagian protokol dan komunikasi pimpinan melaksanakan tugas diantaranya sebagai juru bicara pemerintah Kabupaten Nunukan mewakili kepala daerah yaitu Bupati dan Wakil Bupati, melalui tugas juru bicara inilah komunikasi publik dilaksanakan baik melalui kerjasama media massa maupun melalui media-media internal yang dikelola sendiri oleh bagian protokol dan komunikasi pimpinan yang disingkat bagian prokompim setda Nunukan. dalam melaksanakan tugas kepala bagian prokompim didukung oleh tiga sub bagian yaitu sub bagian protokol, sub bagian komunikasi pimpinan dan sub bagian dokumentasi pimpinan.

Dari sejumlah pendapat tersebut diatas tentu menjadi dasar penelitian ini bahwa Strategi Kerjasama dengan media tentu dapat membantu pemerintah daerah dalam mencitrakan kepala daerah ke ruang public selain itu fungsi pelaksana komunikasi pimpinan tentu dapat dimanfaatkan sebagai komunikasi publik kepala daerah dengan menetapkan target issue, menjawab informasi yang beredar maupun merencanakan agenda setting atau agenda isu terkait kepala daerah.

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini mengambil pada pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk strategi komunikasi publik kepala daerah kabupaten nunukan dalam mengelola pencitraan melalui media massa?
2. Bagaimana pantauan prokopolim dalam pencitraan Kepala Daerah Kabupaten Nunukan melalui media massa?
3. Bagaimana pencitraan pemerintah di media massa?

METODOLOGI

Pada penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Metodologi kualitatif berperan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang bertindak sebagai informan, dan perilaku yang dapat diamati.

Pendekatan ini mengarah pada latar dari individu yang mewakili populasi tersebut secara holistic. Peneliti akan menganalisis dan memberikan gambaran secara cermat dan faktual tentang focus dan locus yaitu bagaimana Strategi Kerjasama Media Massa Dengan Komunikasi Publik Kepala Daerah yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data. Penelitian kualitatif bersifat fleksibel dan berubah sesuai kondisi lapangan sehingga peran peneliti sangat dominan terhadap keberhasilan penelitian.

Metode pendekatan deskriptif lebih spesifik digunakan pada penelitian ini. Penelitian ini memberikan gambaran atau penjabaran suatu objek penelitian berdasarkan karakteristik yang dimiliki, sehingga peneliti terjun langsung ke lapangan. Istilah deskriptif berasal dari istilah Bahasa Inggris *to describe* yang berarti memaparkan atau menggambarkan sesuatu hal. Misalnya keadaan, kondisi, situasi, peristiwa, kegiatan, dan lain-lain. Dengan demikian yang dimaksud dengan penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian.

Sedangkan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai sejauh mana Strategi Kerjasama Media Massa Dengan Komunikasi Publik Kepala Daerah. Selain itu, dengan pendekatan kualitatif diharapkan dapat mengungkapkan situasi dan permasalahan yang menghambat Strategi Kerjasama Media Massa Dengan Komunikasi Publik Kepala Daerah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan ini akan diawali dengan gambaran umum Kepala Daerah Kabupaten Nunukan Selanjutnya Bagaimana Bentuk Strategi Komunikasi Publik Kepala Daerah Kabupaten Nunukan Dalam Mengelola Pencitraan Melalui Media Massa, Bagaimana Pantauan Prokopim Dalam Pencitraan Kepala Daerah Kabupaten Nunukan Melalui Media Massa? dan Bagaimana Pencitraan Pemerintah Di Media Massa?

Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2019 Tentang Pedoman Nomenklatur dan Unit Kerja Sekretariat Daerah Provinsi dan Kabupaten/Kota, Bagian Protokol, dan Komunikasi Pimpinan melaksanakan penyiapan pelaksanaan kebijakan, pengoordinasikan pelaksanaan tugas perangkat daerah, pemantauan dan evaluasi pelaksanaan kebijakan daerah di bidang protokol komunikasi pimpinan. Selain itu Prokopim juga melaksanakan tugas menjalin hubungan dengan berbagai pihak terkait pelaksanaan fungsi juru bicara pimpinan ddaerah, memberi masukan kepada pimpinan daerah tentang penyampaian informasi tertentu, memberikan informasi dan penjelasan kepada pihak pihak terkait sesuai dengan kebutuhan dan atau atas arahan pimpinan, menghimpun dan mengolah informasi yang bersifat penting dan mendesak sesuai dengan kebutuhan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah, menyiapkan dan menggandakan bahan materi kebijakan dan menyusun naskah sambutan dan pidato kepala daerah dan wakil kepala daerah.us.....*Joned, S.Hut, M.AP*

1. Bentuk Strategi Komunikasi Publik Kepala Daerah Kabupaten Nunukan Dalam Mengelola Pencitraan Melalui Media Massa?

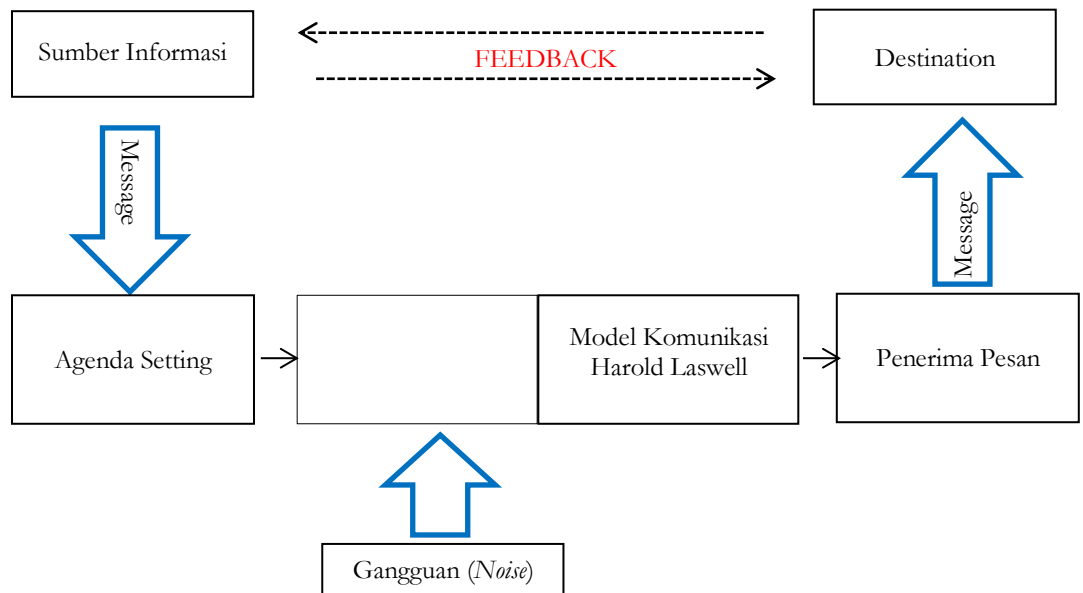
Menurut Deutsch (1996) dalam Teori Komunikasi Kontemporer, Zikri Fachrul Nurhadi (2017:73) model dalam konteks ilmu pengetahuan sosial mempunyai empat fungsi:

- a. Fungsi mengorganisasikan, yaitu untuk mengetahui cara mengurut-urutkan serta mengait ngaitkan satu bagian atau sistem dengan bagian atau sistem lainnya, sehingga memperoleh gambaran menyeluruh. Aspek lainnya dari fungsi ini adalah model memberikan gambaran umum tentang sesuatu hal dari kondisi tertentu.
- b. Model membantu menjelaskan,. Meskipun model pada dasarnya tidak memberikan penjelasan, namun model membantu dalam menjelaskan tentang sesuatu hal melalui penyjian informasi yang sederhana.
- c. Fungsi Heirostik artinya melalui model, dapat mengetahui sesuatu secara keseluruhan.

- d. Fungsi prediksi, melui model dapat memperkirakan tentang hasil atau akibat yang akan dicapai.

Berdasarkan teori bentuk atau model tersebut, untuk menentukan Strategi Komunikasi Publik Kepala Daerah Kabupaten Nunukan dalam mengelola pencitraan melalui media massa dapat diklasifikasikan secara jelas melalui proses komunikasi, artinya selalu diawali dengan Komunikator, Pesan, Saluran, Penerima Informasi, Efek yang ditimbulkan dan selanjutnya mengevaluasi pesan atas penyampaian komunikasi yang telah disampaikan oleh sumber Informasi atau struktur pengambil kebijakan tertinggi di pemerintahan.

Dalam hal ini kepala daerah dan wakil kepala kabupaten Nunukan tentu tidak bekerja sendiri dalam menciptakan gagasan, konsep atau bentuk komunikasi publik, mereka dibantu oleh seorang Asisten di Pemerintahan yang membawahi Kepala bagian yang memprogramkan strategi komunikasi publik yang tepat dari sumber informasi. Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan merancang struktur pesan dan saluran komunikasi efektif agar kepala daerah menyampaikan informasi atau gagasan kepada masyarakat tepat sasaran. Dalam penelitian ini penulis menawarkan bentuk komunikasi publik Kepala Daerah, dengan memanfaatkan teknologi informasi media sosial sebagai ruang publik yaitu menggabungkan media cetak dan media online untuk mengimbangi dampak komunikasi publik atas kritik masyarakat terhadap kebijakan kepala daerah. Olehnya itu dalam peneltian ini penulis merancang sebuah bentuk komuninikasi publik kepala daerah berikut ini:



Gambar Model Komunikasi Shannon Weaver dan Rumusan Penulis.

Bentuk Strategi Komunikasi Publik yang diadopsi dari model komunikasi Shannon Weaver dan rumusan penulis menjelaskan bahwa komunikasi dimulai dengan adanya suatu sumber informasi yakni Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah, kemudian membentuk pesan atau serangkaian pesan kedalam tanda atau lambang dan yang tentunya perlu perencanaan atau agenda setting konstruksi pesan, meski ada gangguan penyampaian pesan yaitu, SDM dan Sinyal namun hal tersebut dapat diminimalisir agar Strategi Komunikasi Publik Kepala Daerah dalam teori Harold De Laswell dapat diterima oleh komunikan yang tentunya pesan dapat disebarkan luaskan oleh komunikan ke tujuan tertentu, hasilnya disebut destination. Dalam praktiknya proses penyampaian pesan ini tidak terlepas dari gangguan. Apabila gangguan tersebut tidak dapat diatasi maka makna atau arti pesan yang ditangkap oleh penerima, kemungkinan berbeda dengan makna atau arti pesan yang dimaksud oleh sumber pengirim.

Namun Prokopim sebelum menyebarluaskan informasi maka perlu agenda setting atau perencanaan komunikasi publik agar dapat diterima baik oleh komunikan dan tidak menimbuik dampak positif atau perspektif yang dapat menurunkan citra Kepala di ruang

public virtual maupun di lingkungan sosial masyarakat Kabupaten Nunukan, olehnya penentuan saluran komunikasi sangat penting dalam memilih target atau sasaran karna penerimaan pesan setiap masyarakat di Kabupaten Nunukan beragam baik secara kultural maupun dalam lingkungan etnisitas dalam eksistensi peradaban masyarakat di wilayah Kalimantan Utara khususnya di Kabupaten Nunukan.

2. Pantauan Prokopim Dalam Pencitraan Kepala Daerah Kabupaten Nunukan Melalui Media Massa?

Monitoring media, bagi Prokopim menjadi hal yang mutlak, karena terkadang informasi yang disampaikan Kepala Daerah salah ditafsirkan oleh wartawan yang bekerja pada suatu media massa, karena itu biasanya dalam jumpa pers atau suatu kegiatan yang akan mengundang kehadiran jurnalis media cetak dan online, Prokopim menyampaikan release kegiatan agar para awak media yang diundang searah dengan kebijakan komunikasi publik yang disampaikan oleh kepala daerah, namun sangat disadari kemampuan menulis wartawan di Kabupaten Nunukan masih terbilang rendah sehingga segala bentuk tulisan dan angel berita yang disajikan, seringkali mendapat teguran dari Prokopim untuk segera meralat pemberitaan yang dimaksud, apabila dibiarkan tentu akan berdampak luas terhadap citra negatif kepala daerah.

Karena itu setiap komunikasi publik yang ditayangkan membutuhkan pantauan dengan cara mengamati komentar masyarakat terhadap pemberitaan yang sudah diupload ke media sosial atau tercetak di Koran harian kemudian mengevaluasi perkembangan komunikasi publik lalu diolah ke pemberitaan selanjutnya, apakah melalui program kegiatan ataukah bisa diklarifikasi langsung oleh Kepala Daerah atau melalui Kepala bagian Prokopim yang bertindak sebagai juru bicara Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah. Selain itu setiap aktifitas Prokopim harus ditindaklanjuti dengan evaluasi yang mengukur hasil kerja secara kuantitatif ataupun kualitatif. Targetnya bukan lagi sekedar di muat dimedia massa mana, berapa jumlahnya dan berapa nilai kontraknya, tetapi juga sudah harus dalam bentuk analisis persepsi yang terbangun dari berita di media massa, jika memungkinkan analisis persepsi tersebut langsung ditelusuri dengan mendapatkan data langsung dilapangan, jadi bukan berdasarkan pada asumsi sederhana. Prokopim dapat melakukan penelitian sendiri sebagai bagian aktifitas rutin yang mengiringi aktifitas pencitraan lainnya, tapi akan lebih efektif, mudah dan murah jika Prokopim ikut dalam penelitian yang dilakukan oleh media massa.

3. Pencitraan Kepala Daerah di Media Massa?

Dalam sebuah artikel berjudul “ The Futility of Bureucracy “ August 2002, Vol 20, Number 7 oleh Thomas J. DiLorenzo professor ekonomi di Lyola College, Maryland mengatakan, kecenderungan tersebut membuat birokrasi besar tidak responsif dalam menangani isu yang berkaitan dengan Bidang Pemerintahan, seringkali muncul adalah situasi yang saling mengandalkan ataupun situasi saling menyalahkan jika situasi tidak tertolong lagi. Namun jika pekerjaan berhasil maka akan memunculkan saling klaim bahwa kesuksesan tersebut adalah hasil kerja keras bidang tertentu di pemerintahan. Maka tidak mengherankan apabila ada kinerja bidang pemerintahan tidak tertolong maka muncul pejabat pada bidang lain berbicara berapi api dimana pun dia berada, seolah sudah melakukan banyak hal tapi situasi lingkungan yang tidak mendukung.

Kedua, Kultur Asal Bapak Suka (ABS), satu yang tidak transparan dari organisasi pemerintahan adalah jenjang karier,, seringkali sebuah jabatan diisi dengan pertimbangan politis, bukan pertimbangan lain yang lebih rasional, Selain itu birokrasi pemerintah jarang memiliki alat ukur yang pasti untuk seseorang jika akan menduduki jabatannya. Situasi ini menyebabkan pegawai pemerintah jarang mengejar karier melalui performa performa yang baik tetapi lebih memilih bekerja menggunakan pendekatan personal baik kepada atasan langsung maupun melalui jalur jalur lain yang bisa secara cepat menaikkan kariernya.

Menurut peneltian ini, kecenderungan tersebut menunjukkan apa yang sering disebut sebagai Asal Bapak Senang (ABS) hal ini mempengaruhi kinerja antar bidang dan sering disorot buruk media massa, pejabat atau kepala Bidang mendapat laporan dari bawahan

ataupun staf stafnya bahwa sebetulnya itu hanya karena media massa memiliki niat buruk dan tendensi untuk menjatuhkan jabatannya. Kultur ini dapat menyebabkan kurangnya hubungan harmonis antara media massa dan Kepala Daerah. Bupati lebih cenderung memiliki stereotip buruk terhadap wartawan media massa. Karena itu pemberitaan buruk jarang diantisipasi dengan klarifikasi tapi berkeinginan membuat media massa menjadi diam, tidak menyuarakan lagi informasi informasinya yang menyimpang dari sudut pandang pejabat daerah.

Ketiga, Kemampuan Membaca Kepentingan Media. Arogansi sikap Kepala Daerah dan adanya persepsi internal sebagai penguasa ketimbang sebagai pengelola pemerintahan menyulitkan sikap individu di pemerintahan untuk melihat setiap pemberitaan dari kepentingan media. Meskipun beberapa pejabat pemerintahan memiliki hubungan baik dengan media massa dan mengelola hubungan tersebut secara konsisten dan bahkan kreatif, tapi kalau melihat secara keseluruhan sangat sulit dikatakan bahwa sebagian besar pejabat hanya mau membuka pikiran untuk belajar dan melihat kepentingan apa dibalik pemberitaan media.

Tiga situasi tersebut menyebabkan pemerintah hanya memiliki sedikit pejabat yang berkesadaran tinggi untuk menjadikan Prokopim sebagai salah satu alat efektif untuk meningkatkan kinerja Pemerintahan. Karena itu sangat istimewa ketika dibalik citra pemerintah yang terus memburuk di mata masyarakat ternyata ada upaya untuk membangun citra lebih baik yang dilakukan oleh protokol dan komunikasi pimpinan daerah.

Proktokol dan Komunikasi Pimpinan Daerah perlu di dukung Data dan fakta pendukung citra, sehingga Prokopim bekerja dengan kredibilitas dan tidak menghiperbola suatu situasi, karena itu pemerintah daerah hendaknya melakukan inventarisasi data dan fakta yang mampu mendukung citra tersebut. Inventarisasi sebaiknya dipilah antara data kasar dan data yang sudah diolah. Pemilihan ini nantinya akan berguna untuk menjadikan data bagi konsumsi publik, dan yang perlu diperhatikan adalah sosialisasi data dan fakta kedalam beberapa bahasa yang dipahami oleh target audience.

Menurut Prof. Dr. Burhan Bungin, S.Sos, M.Si, Ph.D dalam Komunikasi Politik Pencitraan (2018:127) Konstruksi pencitraan kebijakan publik dapat dilakukan secara fungsional untuk memudahkan membentuk brand Pemerintahan agar masyarakat mengenang kinerja positif pemerintahan sepanjang masa. Langkah konstruksi sosial citra kebijakan publik melalui program kepala daerah meliputi ; *Pertama*, Pemilihan konten objek citra kebijakan komunikasi Publik. *Kedua*, memilih media saluran konstruksi citra kebijakan. *Ketiga*, Publikasi konstruksi citra kebijakan public-program-sebaran konstruksi citra kebijakan publik. *Keempat*, Ripitasi Proses konstruksi sosial ; Institusionalisasi, legitimasi dan sosialisasi. *Kelima*, mengukur efektifitas konten-objek dan saluran konstruksi. *Keenam*, mempertahankan konten-objek dan saluran konstruksi efektif.

Dalam membangun citra pemerintah daerah, sejumlah konten konstruksi citra yang perlu di pahami dan diaplikasikan Protokol dan Komunikasi Pimpinan, (1) Citra Manfaat, citra yang dibangun terhadap suatu kebijakan publik-program pembangunan yang menunjukkan beragam manfaat program itu terhadap masyarakat, seperti upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat prasejahtera, pemanfaatan bidang kesehatan, pendidikan, keamanan dan manfaat pembangunan lainnya yang telah diprogramkan pemerintah daerah. (2) *Citra Efektif*. Kebijakan public yang menghasilkan program secara efektif mengatasi masalah masyarakat seperti efektif meningkatkan kesejahteraan masyarakat. (3). *Citra Produktif*. Kebijakan publik yang menghasilkan konsep yang dapat mendorong perilaku produktif masyarakat. (4) *Citra Protektor*. Kebijakan yang dapat melindungi masyarakat dari pengaruh pihak asing melindungi masyarakat dari penyakit dan ancaman penyebaran dan penggunaan narkoba. (5) *Citra Egaliter*. Kebijakan public yang membebaskan masyarakat dari terciptanya kelas-kelas sosial terutama kelas ekonomi rendah dan ekonomi tinggi. (6) Citra Kejayaan. Kebijakan Publik yang menghasilkan program monumental yang menunjukkan kejayaan bangsa, kecanggihan

ilmuwanatau kejayaan maritim, kekayaan bangsa dan kehebatan rakyatnya.

Sedangkan Konstruksi citra pemimpin atau kepala daerah dapat menjalankan langkah konstruksi citra dirinya untuk membangun brand personal, langkah konstruksi sosial citra pemimpin atau kepala daerah meliputi ; *Pertama*, Pemilihan Konten citra pemimpin sebagai agenda setting. *Kedua*, memilih media saluran konstruksi citra. *Ketiga*, Publikasi konstruksi citra – sebaran konstruksi citra. *Keempat*, riptasi proses konstruksi sosial ; institusionalisasi, legitimasi dan sosialisasi. *Kelima*, mengukur efektifitas konten-objek dan saluran konstruksi. *Keenam*, mempertahankan konten-objek dan saluran konstruksi efektif.

Untuk konten konstruksi citra sosial citra kepala daerah, dapat mencitrakan dirinya sebagai tokoh pembela rakyat dari segala ancaman dan gangguan dari pihak yang ingin menyengsarakan masyarakat, citra ini disebut (1) Citra Hero (Pahlawan). (2) Citra Ilmuwan. Kepala daerah yang mencitrakan dirinya sebagai orang pandai, menguasai ilmu pengetahuan dan luas pengalamannya. (3) Citra Egaliter. Citra kepala daerah yang sederhana, merakyat selalu mendengar keluhan rakyat, selalu bersama masyarakat ketika dibutuhkan. (4) Citra Agitator. Kepala Daerah yang tegas, lantang berbicara, beribawa dan kharismatik. (5) Citra Protektor. Kepala Daerah yang mencitrakan dirinya sebagai pelindung masyarakat, melindungi penderitaan dari bencana atau penyakit, melindungi masyarakat dari kebodohan dan bencana lain. (6) Citra Opologist. Kepala Daerah yang membela rakyat dari suatu keyakinan, suatu pendirian sehingga rakyatnya tidak salah langkah dan tersesat. Citra yang dipertahankan bagi seorang kepala daerah akan menjadi personal branding melekat pada dirinya dalam menjalankan tugasnya sebagai pemimpin seluruh masyarakat.

Dari beragam bentuk pencitraan Pemerintah dan Kepala Daerah tersebut, Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan mengamati dan mengevaluasi bentuk konstruksi citra ideal yang seharusnya dilakukan oleh Pemerintah dan Kepala Daerah. Hal ini menjadi tugas dan tanggungjawab Prokopim untuk kemudian merencanakan Komunikasi Publik Kepala Daerah, sehingga apa yang dicitrakan dapat diterima dan berkesan oleh masyarakat atau target audience.

Karena itu tak lepas dari sebuah pencitraan tentu prokopim memilih saluran yang efektif yang dijadikan sebagai perantara Komunikasi Publik Kepala Daerah, baik melalui media cetak maupun melalui media elektronik, dan online. Terhadap pencitraan tersebut maka perlu sebuah strategi atau perencanaan, penyusunan naskah komunikasi publik yang sudah dirancang sedemikian rupa baik konsep, materi maupun tata bahasa.

SIMPULAN

Strategi Komunikasi Publik Kepala Daerah dalam mengelola pencitraan melalui media massa, perlu perencanaan yang sistematis, karena yang dihadapi kepala daerah adalah masyarakat yang tentunya sangat dinamis dan kritis di lingkungan sosial. Tanggapan terhadap kebijakan pemerintah daerah setelah menyampaikan komunikasi publik, baik negative maupun positif sangat cepat di konsumsi masyarakat di era teknologi saat ini. Hadirnya media massa, baik media sosial maupun media online merupakan saluran yang paling efektif yang dijadikan masyarakat sebagai sumber informasi terkait Komunikasi Publik pemerintahan dan kepala daerah.

Peranan Protokol dan Komunikasi Pimpinan sangat diperlukan untuk mengkonstruksi pesan yang hendak disampaikan pemerintah dan kepala daerah, sehingga perencanaan Komunikasi Publik harus terprogramkan dengan baik sesuai standar prosedur yang telah ditetapkan pemerintah. Tim prokopim harus jeli melihat peluang Komunikasi Publik Kepala Daerah sehingga memilih media massa yang tepat atau dikerjasamakan untuk menyampaikan program atau advertorial perintah daerah sekaligus menjembatani komunikasi publik kepala daerah.

Banyak pilihan terjait pencitraan pemerintah dan kepala daerah yang perlu dicermati oleh Prokopim dan apabila melakukan hubungan kerjasama dengan media massa maka Bagian Prokopim juga perlu mengevaluasi sisi anggaran yang digunakan untuk penyebarluasan komunikasi publik secara sistematis dan massif. Karena itu dibutuhkan kinerja yang professional sesuai dengan permendagri yang mengatur tentang struktur organisasi pemerintah daerah sehingga prokopim juga dapat mengendalikan media massa tanpa harus di intervensi, meskipun dapat dijadikan mitra komunikasi tetapi terkait hal dan anggaran saluran komunikasi publik perlu dipertimbangkan.

REFERENSI

1. Andrianus Pito, Toni dkk, (2006). *Mengenal Teori-Teori Politik*. Bandung : Penerbit Nuansa.
2. Nurhadi, Zikri Fachrul. 2017. *Teori Komunikasi Kontemporer*. Bandung : Kencana.
3. Nugroho, Riant. 2004. *Komunikasi Pemerintahan, Sebuah Agenda Bagi Pemimpin Pemerintahan Indonesia*. Elex Media Komputindo, Jakarta.
4. Bungin, Burhan. 2018. *Komunikasi Politik Pencitraan, The Social Construction of Public Administration (ScoPA)*. Cetakan ke -1, Prenamedia Group, Jakarta.
5. Suryadi, Edy. 2018. *Strategi Komunikasi, Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. Cetakan Pertama, Remaja Rosdakarya, Bandung.
6. Haroen, Dewi. 2014. *Personal Branding, Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah di Dunia Politik*. Gramedia, Jakarta.
7. Cangara, Hafied. 2020. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Cetakan Ke 2 Edisi Revisi, Rajagrafindo Persada, Jakarta.
8. Saleh, Akh Muwafik. 2021. *Komunikasi Pelayanan Publik, Strategi Komunikasi Dalam Pelaksanaan Pelayanan Prima pada Institusi Pemerintahan*. Cetakan Pertama, Intrans.Malang.
9. Bungin, Burhan, (2007). *Penelitian Kualitatif*. Edisi pertama cetakan ke-4. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
10. Cutlip, Scott M., Allen H. Center, dan Glen M. Broom. (2006). *Effective Public Relations*. Edisi Kesembilan. Terjemahan. Jakarta: Kencana
11. Effendy, Onong Uchjana, (2006). *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
12. Hafied Cangara, (2009). *Komunikasi Politik ; Konsep, Teori, dan strategi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
13. Littlejohn, S. W. dan Foss, A. Karen. (2009). *Teori Komunikasi*. Edisi Kesembilan, Jakarta : Selemba Humanika.
14. Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
15. Mondry, (2008). *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*. Bogor : Penerbit : Ghalia Indonesia
16. Nimmo, Dan. (2005). *Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.