

STRATEGI MANAJEMEN KESAN PEMKAB DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA KABUPATEN GRESIK

¹Halimatussa'diyah, ²Mohammad Insan Romadhan, ³Ni Made Ida Pratiwi

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Shalimatus874@gmail.com

Abstrak

There is so much potential in the Gresik Regency Government and it needs to maintain its good image. Conducting Impression Management Gresik Regency can improve its image and reputation in the eyes of the public. The type of research used is a qualitative research technique that produces descriptive data in the form of speech or writing and the behavior of the observed subjects. The overall explanation proves that the public relations activities of the Gresik Regency Government in maintaining the image of Gresik Regency apply four Impression Management models of ingratiation, self-promotion, exemplification, and supplication in all information dissemination and work program policies however, it is more inclined to the impression management model of ingratiation and exemplification, first introduced by Ervin Goffman.

Keywords: *Public Relations, Impression Management, Pemkab Gresik*

Abstrak

Begitu banyak potensi yang ada di Pemerintah Kabupaten Gresik dan perlu dipertahankan citranya dengan baik. Melakukan Manajemen Kesan Kabupaten Gresik dapat meningkatkan citra dan reputasinya di mata masyarakat. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif suatu teknik penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan tingkah laku subjek yang diamati. Penjelasan dari keseluruhan membuktikan bahwa kegiatan humas Pemkab Gresik dalam mempertahankan citra Kabupaten Gresik menerapkan empat model Manajemen Kesan *ingratiation, self-promotion, exemplification, dan supplication* dalam semua penyebaran informasi dan kebijakan program kerja namun, lebih cenderung pada model manajemen kesan *ingratiation* dan *exemplification*, pertama kali diperkenalkan oleh Ervin Goffman.

Kata Kunci : Humas, Manajemen Kesan, Pemkab Gresik

Pendahuluan

Menerapkan pemerintahan yang baik adalah sesuatu yang tidak bisa ditawar lagi keberadaanya dan relatif terpenuhi. Pemerintah Kabupaten Gresik (Pemkab) dikenal dengan sebutan “Kota Santri, Kota Industri dan Pariwisata”. Inilah yang dapat menjadi ciri khas Kabupaten Gresik. Begitu banyak potensi yang sudah ada di Pemerintah Kabupaten Gresik dan perlu dipertahankan citranya dengan baik.

Dengan melakukan manajemen kesan Kabupaten Gresik dapat meningkatkan citra dan reputasinya di mata masyarakat. Manajemen kesan juga dapat membantu Pemkab Gresik, meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berbagai kegiatan. Dengan adanya citra yang baik masyarakat akan antusias untuk ikut juga dalam, kegiatan yang dilaksanakan oleh

Pemkab Gresik.

Kabupaten Gresik dipilih karena memiliki citra yang baik berdasarkan temuan peneliti, Kabupaten Gresik mendapatkan penghargaan dari Kementerian Pembangunan dan Perpindahan Daerah Tertinggal (PDTT), yang diberikan langsung oleh kementerian desa PDTT Republik Indonesia dan gubernur Jawa Timur Khofifah Indar Parawansa di gedung negara Graha Surabaya, pada 29 Desember 2021 kepada Kabupaten Gresik.

Selain itu pada tahun 2022 Kabupaten Gresik mendapatkan tiga penghargaan diantaranya Kabupaten beserta inovasi yang bertujuan untuk melaksanakan imunisasi MR (BIAN), penghargaan kedua yakni menjadi daerah di Jawa Timur yang telah menggapai *Universal Health Coverage* (UHC) dan dinyatakan lulus pemeriksaan kesehatan kabupaten/kota di Provinsi Jawa Timur. Penghargaan tersebut diserahkan Sekdaprov Jatim Andy Karyono kepada wakil bupati Gresik Aminatus Habibah pada acara Puncak Hari Kesehatan Nasional ke-58 di Banyuwangi, Selasa 15 November 2022.

Terdapatnya dua penghargaan ini, merupakan keseriusan Pemkab Gresik dalam memberikan fasilitas yang baik untuk masyarakat. Sehingga dapat dikatakan sukses dalam menjaga citra publik. Manajemen kesan menggambarkan teori berdasarkan studi individu yang ada, tetapi gagasan bahwa organisasi pada dasarnya sama halnya dengan individu. Sebuah organisasi dapat menggunakan teori manajemen kesan untuk menampilkan dirinya kepada khalayak (Romadhan et al., 2021)

Manajemen kesan ini juga dapat digunakan untuk suatu lembaga pemerintahan yang dimana untuk mengelola persepsi orang tentang suatu hal, manajemen kesan sangat penting karena dapat mempengaruhi persepsi publik tentang kebijakan atau program yang kontroversial atau kurang disukai masyarakat namun, manajemen kesan juga harus digunakan secara etis

Beberapa penelitian sebelumnya tentang manajemen kesan juga telah meneliti manajemen kesan dalam organisasi. Yakni “manajemen kesan pelaku budaya musik saronen dalam mempertahankan eksistensi di masa pandemi” (Romadhan et al., 2021) dan Pengelolaan Kesan Pemimpin di PT GALAMEDIA Bandung Perkasa (Fahmi Hidayat & Mutiah, 2011). Kedua pengkajian tersebut manajemen kesan digunakan ketika suatu organisasi akan mencapai tujuannya sendiri. Ini bertentangan dari analisis yang dibuat penganalisis untuk membahas pengelolaan kesan saat mempertahankan Citra Pemkab Gresik.

Kesan berarti gambaran citra satu organisasi, individu bahkan objek yang berasal dari orang lain, jika kesan yang diperoleh dari masyarakat itu baik maka citranya juga akan baik (Romadhan et al., 2022). Bagi teori *Impression Management*, komunikasi diperlukan guna menciptakan kesan yang di perlukan. Inilah merupakan suatu peran komunikasi instrumental, dengan tujuan untuk menjelaskan, memajukan, mengganti aksi dan integritas, pada saat masa panjang atau pendek (Romadhan et al., 2021)

Baik atau buruknya reputasi suatu organisasi dapat dipengaruhi oleh peran humas dalam merancang strategi yang dapat menghasilkan reputasi baik yang sesuai dengan harapan organisasi. Humas Pemkab Gresik memiliki peran dalam pasal 32 adalah mengkoordinasikan penyusunan dan pengendalian standar operasional prosedur keprotokolan, melalui komunikasi pimpinan dan dokumentasi kegiatan pimpinan. Serta memiliki fungsi yang mengkoordinasi kerjasama dengan media massa, cetak, dan elektronik. Pengkoordinasian penyampaian pelaksanaan konferensi pers, talk show dan pelaksanaan monitoring, evaluasi dan pelaporan tugas (Gresik, 2018).

Humas Pemkab Gresik bertanggung jawab dalam menjalankan pengolahan pesan yang merupakan sebagian dari tugasnya untuk menghasilkan komunikasi yang efektif antara pemerintahan dan masyarakat. Dengan hasil observasi yang peneliti lakukan pada bagian humas Pemkab Gresik, humas akan membuat pesan yang jelas dan tepat sasaran. Hal ini akan membantu pesan yang disampaikan oleh Pemkab Gresik lebih mudah dipahami dan dipercayai oleh masyarakat.

Selanjutnya setelah pesan disampaikan, humas harus memonitor respon masyarakat terhadap pesan tersebut maka, ini akan membantu Pemkab Gresik mengetahui seberapa efektif pesan yang disampaikan dan memperbaiki pesan jika diperlukan. Humas Pemkab Gresik membuat program laporan kegiatan harian dan laporan mengenai penanganan Covid-19 pada tahun 2020-2022 dari 18 kecamatan harus melaporkan kegiatan pelaksanaan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) Kabupaten Gresik. Dengan program ini maka humas akan memonitor respon masyarakat juga mengukur sampai mana kegiatan pemerintah yang sudah dilakukan di tiap kecamatan dan jika ada yang dibutuhkan atau belum sampai pada suatu kecamatan di Kabupaten Gresik yakni, vaksinasi, masker, kebutuhan pokok dan kelengkapan lainnya maka akan segera diberikan. Hal ini dapat menjaga citra Pemkab Gresik dan mempererat hubungan antara pemerintah dengan masyarakat. Bersama menjalankan langkah tersebut, humas Pemkab Gresik dapat menjalankan pengolahan pesan yang efektif.

Pemkab Gresik telah banyak memiliki keunggulan yang bisa dinikmati oleh masyarakat. Melalui pengelolaan kesan membentuk cara mengatur persepsi yang dibuat khalayak, supaya sebanding oleh apa yang dikehendaki, dengan itu Pemkab Gresik melalui bagian humas disinilah fungsi humas sangat penting dalam menjaga citra.

Dalam mengetahui strategi Manajemen Kesan yang digunakan Pemkab Gresik dalam mempertahankan citra Kabupaten Gresik ini tentunya menggunakan teori Manajemen Kesan oleh Ervin Goffman dengan konsep drama sosial yang merupakan suatu bentuk dari upaya presentasi diri. Sering kali orang-orang melakukan pengelolaan kesan tanpa sadar, ada kalanya setengah sadar, namun juga dengan penuh kesadaran demi kepentingan pribadi, finansial, sosial dan politik tertentu (Fauzi, n.d.), menjelaskan bahwa dalam tindakan interaksi sama halnya dengan pertunjukan drama yang terdiri dari *Front Stage* (panggung depan) dan *Back Stage* (panggung belakang).

Pada teori manajemen kesan, komunikasi digunakan untuk menghasilkan kesan yang diinginkan. Konsep presentasi diri ini, menghasilkan strategi-strategi yang diyakini dilakukan oleh individu maupun organisasi untuk mempresentasikan diri dan membangun kesan di depan orang lain terdapat lima tipologi yakni meliputi, Strategi *ingratitation*, *self-promotion*, *exemplification*, *supplication*, *intimidation*. Manajemen kesan didefinisikan sebagai suatu proses dengan mana seseorang berusaha untuk mengendalikan atau memanipulasi reaksi orang lain terhadap citra diri orang tersebut maupun ide-idenya (Fauzi, n.d.).

Citra sendiri yang merupakan kesan dari seorang atau individu tentang suatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Citra juga perlu diciptakan secara sengaja agar mendapat nilai positif terhadap suatu organisasi atau perusahaan. Citra sendiri merupakan hal yang tidak bisa dinilai secara matematis namun hanya bisa dirasakan. Sejauh ini penilaian tentang citra terhadap suatu organisasi atau perusahaan dapat ditentukan dari humas di dalam organisasi atau perusahaan tersebut.

Maka Efektivitas seorang humas di dalam pembentukan citra erat kaitannya dengan kemampuan pemimpin dalam menyelesaikan tugas organisasinya, baik secara individu maupun tim yang dipengaruhi oleh praktek berorganisasi dan manajemen waktu, perubahan dalam mengelola sumber daya seperti materi, modal dan SDM untuk mencapai tujuan yang

efisien dan efektif (Yumeldasari Chaniago, 2018). Berdasarkan uraian di atas, bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Manajemen Kesan Pemkab Dalam Mempertahankan Citra Kabupaten Gresik.

Metode Penelitian

Istilah penelitian kualitatif didefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu sosial secara fundamental bergantung pada pengamatan suatu individu dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya (Yumeldasari Chaniago, 2018). Penelitian Kualitatif yang merupakan prosedur penelitian memiliki karakteristik salah satunya data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku individu yang diamati (Helaluddin, 2019).

Serta jenis penelitian yang digunakan sebagai metode penelitian dalam mendeskripsikan fenomena berdasarkan sudut pandang para informan, menemukan realita yang beragam dan mengembangkan pemahaman secara holistik tentang sebuah fenomena dalam konteks tertentu (Helaluddin, 2019). Dijelaskan bahwa metode kualitatif adalah suatu teknik penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan tingkah laku subjek yang diamati. Pendekatan kualitatif diharapkan dapat memberikan gambaran bahasa, tulisan dan perilaku yang dapat diamati oleh individu, kelompok, masyarakat, atau organisasi dalam konteks tertentu.

Pengumpulan jenis data juga menggunakan data primer dan sekunder. Pada jenis data primer ini yang diperoleh langsung dari peneliti yakni melalui observasi terhadap objek penelitian mengenai Citra Kabupaten Gresik, Sebelumnya peneliti harus menentukan kriteria informan yang akan dijadikan penguat data dalam bentuk observasi, wawancara, dan dokumentasi, dalam data primer ini terdapat dua jenis informan yakni pada informan Utama oleh Kabag dan staf Humas Pemkab Gresik dan informan Pendukung oleh masyarakat asli Kabupaten Gresik. selanjutnya pada data sekunder berasal dari jurnal, sumber literatur dari peneliti sebelumnya yang sesuai dengan topik penelitian serta referensi data-data terkait melalui internet.

Penelitian kualitatif harus mengungkapkan kebenaran yang objektif, karena melalui keabsahan data kepercayaan penelitian kualitatif dapat tercapai. Pada penelitian ini jenis keabsahan data yang digunakan peneliti yaitu teknik triangulasi data yang merupakan pengecekan data dengan cara pemeriksaan dengan menggunakan metode triangulasi sumber

yang mengharuskan peneliti mencari lebih dari satu sumber untuk memahami data atau informasi (Helaluddin, 2019), maka penelitian ini menggunakan teknik triangulasi yang memanfaatkan penggunaan sumber dengan membandingkan dan mengecek ulang kepercayaan suatu informan yang diperoleh dari sumber yang berbeda.

Hasil dan Pembahasan

Penjelasan dari keseluruhan yang peneliti sampaikan diatas, membuktikan bahwa kegiatan humas Pemkab Gresik dalam mempertahankan citra Kabupaten Gresik menerapkan empat model manajemen kesan dan sesuai teori Manajemen Kesan oleh Ervin Goffman dengan konsep drama sosial yang merupakan suatu bentuk dari upaya presentasi diri. menjelaskan bahwa dalam tindakan interaksi sama halnya dengan pertunjukan drama yang terdiri dari *Front Stage* (panggung depan) dalam konteks ini adalah tempat interaksi secara langsung antara Pemkab Gresik dan masyarakat termasuk kegiatan informasi terbuka seperti acara resmi, pengumuman kebijakan, dan kegiatan layanan publik. Panggung depan ini bertujuan untuk menciptakan kesan yang diinginkan oleh Pemkab Gresik kepada masyarakat.

Sementara itu *Back Stage* (panggung belakang) merujuk pada upaya yang dilakukan diluar pandangan publik melibatkan strategi komunikasi, koordinasi dengan media dan aktivitas-aktivitas yang bertujuan untuk memperkuat citra positif Pemkab Gresik. Humas Pemkab Gresik telah menggunakan model manajemen kesan *ingratiation*, *self-promotion*, *exemplification*, dan *supplication* dalam semua penyebaran informasi dan kebijakan program kerja.

Pada langkah pertama model manajemen kesan *ingratiation* yaitu didefinisikan sebagai pihak yang menyenangkan bagi publik dengan peduli pada pihak lain, Humas Pemkab Gresik memberikan penghargaan pada pihak atau masyarakat yang bekerjasama dengan hasil yang baik. Kemudian, Humas Pemkab Gresik memberikan bantuan pada pihak atau masyarakat dengan menganalisa terhadap informasi yang telah diperoleh untuk diberikan bantuan yang sesuai kebutuhan masyarakat atau pihak tersebut, dengan itu Humas Pemkab Gresik dapat menyelesaikan suatu permasalahan tepat waktu dan sasaran selanjutnya.

Langkah kedua model manajemen kesan *self-promotion* adalah promosi diri yang memiliki kompeten pada hal-hal positif. Humas Pemkab Gresik melakukan kampanye di media sosial untuk mempromosikan program atau kegiatan Pemkab Gresik, tujuan dan sasaran public dari kegiatan yang dilakukan agar program atau kegiatan Pemkab Gresik terlaksana dengan baik. Selain mengkampanyekan melalui media sosial cara ini juga dapat membangun hubungan baik dengan media dan jurnalis hal ini dapat mencegah penyebaran informasi yang tidak benar di lingkungan Pemkab Gresik.

Langkah ketiga pada model manajemen kesan *exemplification* memberikan keteladanan. Humas Pemkab Gresik memberikan contoh positif dari kebijakan atau program yang telah dijalankan maka hal tersebut dapat memperkuat penyampaian informasi ke masyarakat Kabupaten Gresik yang menjadikan Pemkab Gresik bekerja secara efisien.

Langkah ke empat model manajemen kesan *supplication* ini melibatkan penggunaan sikap rendah diri dan tindakan yang menunjukkan ketergantungan seseorang untuk mencapai tujuannya tanpa bantuan orang lain. Humas Pemkab Gresik menjalankan program kerja yang pencapaiannya terbilang lambat maka dalam pengerjaannya memerlukan dukungan dan

melibatkan kelompok-kelompok masyarakat. Tujuan dan sasaran agar masyarakat Kabupaten Gresik merasa dipedulikan dengan memberikan perhatian seperti mempekerjakan masyarakatnya dan mengajak untuk bersama-sama menyelesaikan permasalahan dengan tepat dan benar.

Langka kelima ini cenderung pada penggunaan kekuatan atau ancaman untuk mempengaruhi tindakan kelompok tertentu yaitu model manajemen kesan *intimidations*. Humas Pemkab Gresik tidak menggunakan model manajemen kesan *intimidations* ini karena, Pemkab Gresik memberikan pengakuan secara transparan dan mendapatkan simpati dari masyarakat juga tidak dengan memermalukan pihak atau kelompok lain dalam menjalankan suatu kerjasama untuk menyelesaikan program atau kebijakan yang dibuat, serta pengambilan keputusan melalui keterlibatan masyarakat terlebih dahulu. Dari keseluruhan data yang diperoleh oleh peneliti, kegiatan informasi yang dilakukan oleh Humas Pemkab Gresik sesuai dengan teori Manajemen Kesan atau Pengelolaan Kesan (*Impression Management*) yang menyatakan bahwa suatu bentuk dari upaya presentasi diri, pertama kali diperkenalkan oleh Ervin Goffman (Fauzi, n.d.).

Hasil dari semua jawaban informan utama dan informan pendukung mengenai model komunikasi *intimidations* ini bertentangan bahkan tidak dilakukan di Pemkab Gresik. seperti pada pengambilan keputusan yang harus diketahui oleh masyarakat dan melakukan suatu program kerja secara transparan yang dapat diketahui oleh semua masyarakat Kabupaten Gresik, maka model manajemen kesan *intimidations* ini sangat tidak dipakai dalam mempertahankan citra Kabupaten Gresik.

Penutup

Berdasarkan hasil pembahasan yang dilakukan peneliti mengenai strategi Humas Pemkab Gresik dalam mempertahankan Citra Kabupaten Gresik. Maka dapat disimpulkan bahwa strategi manajemen kesan cenderung pada model manajemen kesan *ingratiation* sebagai pihak yang menyenangkan bagi publik, Pemkab Gresik selalu memberikan penghargaan baik pada masyarakat ataupun pada pihak-pihak yang melakukan kerjasama sehingga dapat menciptakan citra positif terhadap masyarakat juga pihak lain. Dan sikap Pemkab Gresik juga lebih cenderung pada model manajemen kesan *exemplification* memberi keteladanan, dengan itu Pemkab Gresik dapat memberikan dampak positif pada kebijakan atau program kerja yang telah dilaksanakan dengan penerjaan secara efisien bahkan efektif.

Dari lima strategi manajemen kesan, jika suatu organisasi pemerintahan Humas Pemkab Gresik ini, strateginya cenderung pada dua model manajemen kesan yaitu, *ingratiation* sebagai pihak yang menyenangkan bagi publik dan *exemplification* memberi keteladanan yang sama-sama dari kedua model manajemen kesan tersebut untuk menjalin interaksi pada masyarakat, monitoring pemberitaan, dan menyelesaikan suatu masalah dengan itu dapat mempertahankan Citra Kabupaten Gresik.

Serta saran penelitian ini terhadap strategi manajemen kesan Pemkab Gresik dalam mempertahankan Citra Kabupaten Gresik, maka Sebaiknya Pemkab Gresik dalam strategi manajemen kesan *self-promotion*, peneliti menyarankan untuk dimaksimalkan lagi secara konten isi yang disajikan dalam media sosial mengenai informasi yang diberikan di media sosial, tidak sekedar mengatasi keluhan tetapi juga melakukan evaluasi untuk mengetahui apakah masyarakat sudah bisa menerima tanggapan yang diberikan, dan sudah efektifkah tanggapan yang telah diberikan Pemkab Gresik terhadap suatu permasalahan melalui penyebaran informasi di media sosial. Dan yang kedua Kelemahan penyebaran informasi

pada media sosial lebih intensif lagi dengan seringnya mengupload informasi di setiap harinya dengan konten yang menarik, sehingga dapat menarik lebih banyak masyarakat untuk tertarik melihat informasi yang diberikan.

Serta diharapkan memberi manfaat lagi untuk meningkatkan kualitas pelayanan Pemkab Gresik dalam mempertahankan Citra positif serta bagi mahasiswa dapat dijadikan sebagai referensi dalam penelitian yang sama pada objek yang berbeda.

Daftar Pustaka

- Fahmi Hidayat, & Mutiah. (2011). *Pengelolaan Kesan (Impression Management) Pemimpin Di PT. Galamedia Bandung Perkasa (Studi Deskriptif Tentang Pengelolaan Kesan (Impression Management) Pemimpin PT. Galamedia Bandung Perkasa Dalam Pembentukan Sikap Positif Karyawannya)*.
- Fauzi, I. (n.d.). *Teori Dramaturgi: Erving Goffman*. Blog Unnes. <https://blog.unnes.ac.id/fauzifauzi/2015/11/26/teori-dramaturgi-erving-goffman/>
- Gresik. (2018). *Penguatan Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP) Kabupaten Gresik*. <https://beritapelabuhan.com/penguatan-sistem-akuntabilitas-kinerja-instansi-pemerintah-sakip-kabupaten-gresik/>
- Helaluddin, H. W. (2019). *Analisis Data Kualitatif*.
- Romadhan, M. I., Cahyo, B., & Adhi, S. (2021). *Manajemen Kesan Pelaku Budaya Musik Saronen dalam Mempertahankan Eksistensi di Masa Pandemi*. 5(2), 213–227. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i2.5835>
- Romadhan, M. I., Pradana, B. C. S. A., & Herlina. (2022). *Peningkatan Keterampilan Manajemen Kesan Pada Kelompok Konten Kreator Vslow*. 184–190.
- Yumeldasari Chaniago. (2018). *Opini Publik*. https://lms-paralel.esaunggul.ac.id/pluginfile.php?file=%2F95890%2Fmod_resource%2Fcontent%2F1%2F11_7560_HMJ201_112018_docx.docx