

Peran Humas Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur Dalam Memperkuat Positif

¹ Ahmad Alief Indie Ramadhan, ² Muhammad Insan Romadhan, ³ Nara Garini Ayuningrum
^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
ahmadalif0002@gmail.com

Abstrak

Citra positif institusi publik menjadi kebutuhan strategis untuk menjaga kepercayaan masyarakat. Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur sebagai instansi yang menangani isu-isu lingkungan, konservasi, dan kehutanan, menghadapi tantangan dalam menyampaikan kinerja dan programnya secara tepat dan dapat diterima oleh publik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Humas Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur dalam memperkuat citra positif lembaga melalui pendekatan teori Impression Management (Jones & Pittman) dan model empat peran Humas menurut Cutlip, Center & Broom. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat peran Humas sebagai expert prescriber, communication facilitator, problem solving facilitator, dan communication technician dijalankan secara fungsional. Peran Humas menggunakan pendekatan impression management seperti self-promotion, ingratiation, dan exemplification. Peran Humas dalam merespons isu, membangun komunikasi partisipatif, dan memproduksi konten publikasi terbukti mendukung penguatan citra positif Dinas Kehutanan di mata publik.

Kata kunci: Peran Humas, Manajemen Kesan, Citra, Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur

Abstract

Positive image of public institutions is a necessary strategy to maintain public trust. The East Java Provincial Forestry Service as an agency that handles environmental, conservation, and forestry issues, faces challenges in conveying its performance and programs appropriately and acceptable to the public. This study aims to analyze the role of Public Relations of the East Java Provincial Forestry Service in strengthening the positive image of the institution through the Impression Management theory approach (Jones & Pittman) and the four-role model of Public Relations according to Cutlip, Center & Broom. The method used is descriptive qualitative with data collection techniques in the form of interviews, observations, and documentation. The results of the study indicate that the four roles of Public Relations as recipe experts, communication facilitators, problem-solving facilitators, and communication technicians are carried out functionally. The role of Public Relations uses an impression management approach such as self-promotion, ingratiation, and exemplification. The role of Public Relations in responding to issues, building participatory communication, and producing publication content has been proven to support strengthening the positive image of the Forestry Service in the eyes of the public.

Keywords : *The Role of Public Relations, Impression Management, Image, East Java Provincial Forestry Service*

Pendahuluan

Era modern telah membawa perubahan signifikan dalam cara berorganisasi, termasuk lembaga pemerintah untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Dalam dunia yang semakin kompetitif, reputasi harus diperhatikan oleh perusahaan, yayasan, organisasi, dan bahkan pemerintah. Citra tidak dibangun dalam sehari atau dua hari, citra dibangun sejak perusahaan beroperasi sampai perusahaan tidak dapat beroperasi lagi. Citra dibentuk oleh informasi yang diterima seseorang. Citra yang positif menghasilkan citra yang positif, dan sebaliknya, citra yang negatif menghasilkan citra yang negatif. Citra positif ialah kesan, atau pandangan positif yang dinilai oleh suatu individu atau kelompok Masyarakat terhadap organisasi/Perusahaan dan sebaliknya citra negatif yaitu kesan atau persepsi buruk yang diberikan individu/kelompok masyarakat terhadap suatu organisasi/Perusahaan, sebelumnya peneliti menyebutkan bahwa citra human yang Idealnya adalah efek nyata berdasarkan realitas nyata ((Anisah et al., 2023).

Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur, sebagai instansi yang bertanggung jawab di bidang pengelolaan hutan dan pelestarian lingkungan hidup, menghadapi tantangan tersendiri dalam menjalankan mandatnya. Isu-isu seperti penggundulan hutan, perubahan iklim dan kerusakan lingkungan seringkali mempengaruhi citra lembaga-lembaga pemerintah, terutama ketika masyarakat tidak memahami dengan jelas peran mereka dan kontribusi nyata yang mereka berikan. Misalnya, berdasarkan data dari KLHK (2023), Indonesia mengalami kehilangan tutupan hutan sebesar 119 ribu hektar pada 2022, dan sebagian besar terjadi di Pulau Jawa, termasuk kawasan hutan lindung di wilayah Jawa Timur. Kondisi ini memicu munculnya pandangan negatif terhadap institusi kehutanan yang dianggap lalai atau tidak responsif dalam pengelolaan lingkungan.

Dalam situasi ini, kehadiran humas yang mampu mengelola komunikasi dengan baik menjadi penting untuk meningkatkan pemahaman masyarakat dan meningkatkan kepercayaan terhadap organisasi. Humas atau Hubungan masyarakat merupakan fungsi manajemen khusus yang membantu mengembangkan dan memelihara

komunikasi timbal balik antara organisasi dan publiknya. Ini melibatkan banyak komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama. Humas juga membantu manajemen memecahkan masalah dan tantangan yang muncul serta menyelesaikan opini publik. Selain itu, fungsi ini membantu manajemen memahami dan menggunakan perubahan secara efektif. (Wicaksono 2022). Dalam upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan citra positif, Humas Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur perlu mengusahakan berbagai metode untuk citra yang diterima oleh masyarakat tetap citra yang baik. Ketika kepercayaan yang terbentuk di masyarakat hilang maka citra negatif terhadap Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur akan muncul dan sangat sulit untuk diubah.

Terbentuknya citra lembaga sangat dipengaruhi oleh masyarakat maka harus ada keterbukaan dan komunikasi kepada masyarakat (Maulida, 2021). Terbentuknya citra yang baik dan kepercayaan masyarakat sudah merupakan tugas Humas Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur. Dengan banyak media khususnya media sosial yang digunakan oleh Humas Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur dan sering mempublikasikan berbagai informasi akan memunculkan kepercayaan masyarakat dan citra yang baik terhadap instansi. Melalui banyaknya media khususnya media sosial yang bisa dipakai oleh Humas Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur untuk mempublikasikan informasi dan memilih media yang paling efektif untuk digunakan dalam menyebarkan informasi ke masyarakat.

Citra di media sosial sangat mempengaruhi masyarakat kontemporer. Di era digital yang serba cepat ini, media sosial menjadi ruang utama di mana persepsi publik terbentuk dan berkembang. Oleh karena itu, pendekatan komunikasi yang digunakan oleh humas dalam merancang pesan, membangun relasi dengan publik, serta menangani isu atau krisis sangat menentukan bagaimana sebuah institusi dipersepsikan oleh masyarakat. Strategi komunikasi yang responsif, transparan, dan konsisten akan berkontribusi besar dalam membentuk citra positif, sedangkan kelalaian atau ketidaksesuaian dalam pengelolaan komunikasi dapat menimbulkan persepsi negatif yang sulit dikendalikan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dimana bertujuan untuk memberikan gambaran rinci dan mendalam tentang suatu fenomena atau masalah dengan menggunakan data kualitatif (non-numerik). Penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam tentang bagaimana, mengapa, dan apa yang terjadi dalam suatu situasi tertentu, bukan pada pengukuran atau perhitungan angka.

Penelitian ini juga menggunakan teori *impression management* yang dikembangkan Edward Jones untuk mengetahui cara Humas Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur untuk memperkuat citra positif dengan 5 tipologi yaitu *ingratiation, self promotion, intimidation, supplication, dan exemplification* (Romadhan, 2021). Penelitian ini juga menggunakan konsep empat peran PR menurut Cutlip, Center, & Brown untuk mengetahui peran Humas di Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur dengan menggunakan empat tipologi yaitu *expert prescriber, communication facilitator, problem solving fasilitator, and communication technician*.

Penelitian ini sangat penting karena berkaitan dengan cara lembaga pemerintah berkomunikasi dengan publik untuk membangun citra positif, terutama di bidang seperti kehutanan, yang memiliki hubungan langsung dengan masalah lingkungan. Di era digital dan keterbukaan informasi saat ini, kepercayaan publik terhadap lembaga negara tidak hanya didasarkan pada hasil teknis; komunikasi mereka dengan masyarakat juga memainkan peran penting. Tidak banyak penelitian yang mempelajari bagaimana menggunakan teori Impression Management dalam institusi pemerintahan daerah. Ini terutama berlaku untuk pendekatan yang menggabungkan empat peran Humas menurut Cutlip: Expert Prescriber, Communication Facilitator, Problem Solving Facilitator, dan Communication Technician.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana peran humas Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur dalam memperkuat citra instansi di masyarakat dengan menggunakan teori *impression management* dan menggunakan konsep empat peran Humas menurut Cutlip, Center, dan Broom dalam buku *Effective Public Relations*

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, karena bertujuan memahami dan menggambarkan secara mendalam bagaimana peran Humas Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur dalam memperkuat citra positif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengeksplorasi fenomena secara alami dan menyeluruh dalam konteks sosial yang relevan. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan dari Staff Humas Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur dan satu publik dari Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur, sedangkan data sekunder diperoleh dari ini diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, website, dan jurnal, dan tulisan lainnya yang menunjang dalam penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

Dalam memperkuat citra positif Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur menerapkan sejumlah strategi Public Relations berdasarkan 4 peran Public Relations menurut Cutlip, Center, & Brown yang dirancang tidak

hanya untuk menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk kesan positif di benak publik. Empat peran yang dipakai yakni expert prescriber, communication facilitator, problem solving facilitator, dan communication technician. Secara keseluruhan menunjukkan upaya membentuk persepsi publik melalui pencitraan yang sistematis. Dalam pembahasan ini setelah mengetahui aktifitas atau peran yang dilakukan Humas Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur kemudian dianalisis berdasarkan teori Manajemen Kesan (Impression Management) dari Edward E. Jones, yang terdiri atas lima tipologi utama yaitu *ingratiation*, *self-promotion*, *exemplification*, *supplication*, dan *intimidation*.

Peran pertama yaitu Expert Prescriber. Dalam pelaksanaanya Humas Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur belum sepenuhnya terlibat dalam pengambilan keputusan strategis, mereka tetap menjalankan peran penting dalam memberikan masukan komunikasi, menyampaikan hasil temuan dari lapangan kepada pimpinan, serta menyusun konten komunikasi untuk publik. Aktivitas-aktivitas ini menunjukkan bahwa Humas ingin membangun kesan sebagai pihak yang profesional dan dapat diandalkan dalam menjaga hubungan antara institusi dan masyarakat. Terutama dalam isu seperti transparansi informasi lingkungan, Humas memang tidak menyusun kebijakannya, tetapi tetap memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi tersebut dengan bahasa yang komunikatif dan mudah dipahami masyarakat. Berdasarkan aktifitas yang ditemukan peran Humas Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur sebagai Expert Prescriber menggunakan pendekatan exemplification pesan dari teori Impression Management oleh Jones & Pittman untuk memperkuat citra positif. Metode ini menunjukkan bahwa Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur berusaha menunjukkan diri mereka sebagai instansi yang bertanggung jawab, berdedikasi tinggi melalui keterbukaan informasi yang Humas sendiri berikan. Dalam peran sebagai *expert prescriber* tidak ditemukan tidak ditemukan indikasi dalam tipologi intimidasi, supplication, atau *ingratiation* karena dalam pendekatanya cenderung menekankan tanggung jawab dan profesionalisme Lembaga

Peran kedua yaitu *communication facilitator*. Berdasarkan uraian aktivitas Humas Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur dalam menjalankan peran sebagai communication facilitator, dapat dianalisis bahwa pendekatan pesan yang digunakan sesuai dengan strategi *ingratiation*, *exemplification*, dan *self promotion* dalam teori Impression Management oleh Jones & Pittman. Strategi *ingratiation* terlihat melalui upaya Humas dalam membangun hubungan baik dengan publik serta menjembatani komunikasi dua arah secara aktif dan terbuka baik melalui media sosial, direct message (DM), maupun platform survei seperti ESUKMA. Dalam konteks ini, Humas menciptakan kesan bahwa institusi memiliki niat baik, terbuka terhadap masukan, dan menghargai partisipasi publik. Hal ini tampak dari respons cepat terhadap DM publik, pelibatan masyarakat dalam kegiatan pelestarian lingkungan, serta kemudahan dalam menyampaikan saran atau keluhan secara langsung kepada instansi. Semua tindakan ini bertujuan untuk menciptakan kesan ramah dan peduli terhadap masyarakat. Sementara itu, strategi *exemplification* tercermin dalam cara Humas menampilkan institusi yang berdedikasi dan berkomitmen tinggi terhadap pelayanan publik dan pelestarian lingkungan. Ini dapat dilihat dalam beberapa cara kolaborasi lintas instansi untuk memperluas jangkauan informasi program Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur tanpa biaya promosi besar, partisipasi langsung dalam kegiatan lapangan seperti menanam pohon dan keterlibatan dalam memproduksi konten dan menyampaikan kegiatan institusional kepada publik. Melalui tindakan ini, Humas menunjukkan bahwa lembaga tidak hanya berbicara tentang pelestarian, tetapi juga benar-benar melakukannya untuk membangun reputasi sebagai lembaga yang aktif, solutif, dan dapat diandalkan. Oleh karena itu, sebagai fasilitator komunikasi, humas tidak hanya berperan sebagai jembatan komunikasi, tetapi juga membantu membangun persepsi yang baik melalui pendekatan yang ramah, empati, dan berdedikasi terhadap institusi. Selain itu *self promotion* juga dilakukan oleh Humas untuk memperkuat citra positif instansi dimana hal tersebut dibuktikan dengan Humas selalu aktif membagikan informasi tentang keberhasilan program, kolaborasi antar instansi, capaian kegiatan konservasi, atau keberhasilan koordinasi publik di media sosial Dinas Kehutanan Provinsi. Dalam peran ini tidak ditemukan tipologi *supplication* dan *intimidation*

Peran ketiga yaitu *problem solving communicator*. Dalam konteks perannya sebagai *problem solving communicator*, aktivitas Humas Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur dapat dianalisis melalui pendekatan pesan dari teori Impression Management, khususnya strategi *exemplification* dan *ingratiation*. Strategi *exemplification* tercermin dalam komitmen Humas untuk tampil sebagai representasi lembaga yang bertanggung jawab, responsif, dan profesional dalam menangani isu krisis atau keluhan publik seperti dalam penanganan gangguan sistem *virtual account* untuk pendakian Gunung Arjuno-Welirang, Humas tidak langsung merespons secara reaktif, melainkan melakukan verifikasi terlebih dahulu ke lapangan dan

berkoordinasi dengan pihak teknis seperti TAHURA Raden Soerjo selanjutnya baru Humas mengambil Langkah untuk menstabilkan kondisi dengan memposting konten di *instagram* dengan narasi akan mencari solusi akan masalah tersebut dengan TAHURA Raden Soerjo dan Tiket Pendakian untuk meredam kekacauan yang timbul di masyarakat.. Langkah ini menunjukkan kesungguhan Humas dalam menyampaikan klarifikasi yang akurat dan tidak spekulatif, sekaligus memperkuat citra institusi sebagai lembaga yang dapat diandalkan. Di sisi lain, pendekatan *ingratiation* juga sangat tampak dalam keterlibatan Humas membangun komunikasi yang humanis dan bersifat partisipatif, misalnya dengan menggandeng Kelompok Tani Hutan (KTH) dalam program edukasi dan pelestarian hutan. Dengan cara ini, Humas menampilkan citra lembaga yang tidak elitis, tetapi terbuka dan menghargai kontribusi masyarakat akar rumput agar tidak terjadi krisis komunikasi. Strategi ini membantu menumbuhkan kedekatan emosional antara publik dan institusi serta memperkuat persepsi positif tentang Dinas Kehutanan sebagai lembaga yang kolaboratif dan peduli. Kolaborasi dan pendekatan yang komunikatif tersebut menjadikan Humas bukan hanya sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai agen yang aktif mengelola persepsi dan menyelesaikan konflik secara preventif dan solutif, demi menjaga stabilitas reputasi institusi di tengah dinamika isu kehutanan yang kompleks.

Selanjutnya yang terakhir yaitu peran Humas sebagai *communication technician*. Aktivitas Humas Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur sebagai *communication technician* dapat dianalisis melalui pendekatan pesan dari teori Impression Management khususnya dalam strategi *exemplification*, *ingratiation*, dan *self promotion*. Melalui peran teknisnya, Humas secara konsisten merancang dan mempublikasikan konten visual, naratif, dan edukatif yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kesan positif tentang institusi yang dipublikasi di media sosial Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur. Strategi *exemplification* tampak jelas ketika Humas menampilkan berbagai kegiatan yang menunjukkan komitmen dan dedikasi institusi terhadap pelestarian lingkungan, seperti kampanye penanaman pohon, ekspedisi konservasi, dan publikasi kegiatan apel siaga karhutla. Dengan menampilkan figur pimpinan seperti Kepala Dinas yang turun langsung ke lapangan, Humas menyusun citra institusi sebagai organisasi yang aktif, bertanggung jawab, dan memberikan teladan dalam isu kehutanan. Hal ini memperkuat kesan moral dan integritas lembaga di mata publik. Sementara itu, pendekatan *ingratiation* tercermin dalam pembuatan konten-konten yang bersifat informatif, edukatif, dan dekat dengan keseharian masyarakat, seperti tips pelestarian lingkungan, cara merawat tanaman, hingga ucapan hari besar seperti Hari Bumi atau Hari Hutan. Tujuan dari konten ini adalah menciptakan hubungan yang akrab dan menyenangkan dengan audiens, agar masyarakat merasa diperhatikan dan dilibatkan oleh instansi. Selain itu, *self promotion* juga ditunjukkan Humas dengan kerjasama Humas dengan media lokal seperti JTV dan Jawa Pos juga menunjukkan adanya upaya untuk memperluas jangkauan pesan institusi sekaligus memperkuat penerimaan positif dari publik luas. Dengan pendekatan ini, Humas berperan bukan hanya sebagai pelaksana teknis, tetapi juga sebagai pengelola persepsi publik yang berupaya membentuk dan mempertahankan citra institusi yang ramah, profesional, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.

Penutup

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur menggunakan strategi komunikasi publik yang efektif untuk meningkatkan citra positif institusi. Peran Humas dianalisis berdasarkan konsep empat peran Humas/PR menurut Cutlip, Center, dan Broom, yakni sebagai expert prescriber, communication facilitator, problem solving facilitator, dan communication technician, serta dikaitkan dengan

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa peran Humas Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur berjalan secara terpadu mulai dari tahapan *expert prescriber*, *communication facilitator*, *problem solving communication*, dan *communication technician*. Meskipun dalam peran *expert prescriber* Tiap peran memiliki relevansi dengan taktik manajemen kesan dari Edward Jones & Pittman, terutama pada aspek menciptakan kesan *exemplification*, *ingratiation*, dan *self-promotion*. Belum ditemukan adanya taktik *supplication* maupun *intimidation*, yang menandakan bahwa pendekatan yang digunakan lebih bersifat kolaboratif dan persuasif, bukan memaksakan atau menggantungkan citra pada empati publik semata.

Secara praktis Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur disarankan untuk lebih mengoptimalkan peran Humas dalam pengambilan keputusan strategis, tidak hanya sebagai pelaksana teknis, tetapi juga sebagai mitra komunikasi dalam perumusan kebijakan publik agar peran expert prescriber dapat diwujudkan secara penuh

Secara Akademik Bagi peneliti selanjutnya, dapat mempertimbangkan untuk mengembangkan studi ini dengan menggabungkan teori Impression Management dengan teori lain seperti agenda setting, uses and gratifications, atau two-step flow untuk memperluas perspektif dalam mengkaji pengaruh pesan humas terhadap pembentukan citra publik.

Daftar Pustaka

- Anisah, A., Dwiyanti, S., Suminah, S., Hanip, H., & Laksana, A. (2024). Upaya Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Abdi Kerta Raharja Untuk Meningkatkan Citra Positif terhadap Masyarakat di Tengah Persaingan dengan Kompetitor. *Education and Social Science Journal*, 1(2), 125–134. <https://haluriedukasi.com/index.php/eticjournal/index>
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. (2023). Statistik lingkungan hidup dan kehutanan Indonesia tahun 2022. <https://www.menlhk.go.id/site/some-publikasi-klhk>
- Majid, A. N., & Fitri, N. A. (2022). TUGAS HUMAS PEMERINTAHAN DALAM MENINGKATKAN PENYEBARAN INFORMASI PEMBANGUNAN DI LEMBAGA PEMERINTAHAN. *Uin Walisogo Semarang*.
- Maulida, R. A. (2021). Optimalisasi Peran Humas Pemerintah Dalam Menciptakan Hubungan Dialogis Antara Pemerintah Dengan Masyarakat Pada Kabupaten Lebak. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 478. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i3.32816>
- Romadhan, M. I. (2021). Manajemen Kesan Disparbudpora Sumenep Dalam Membangun Citra Destinasi Wisata the Sumenep Tourism, Culture, Youth and Sports Office Impression Management in Developing Tourism Destination Image. *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi Dan ...)*, 22(1), 103–118.
- Wicaksono, A., & Sucipta, J. A. W. (2024). Upaya Humas Polda Kaltim dalam Mempertahankan Citra Positif pada Tahun 2022. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 180–189. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2024/04/Jurnal_Ilkom_Arif_\(OK\)_04-29-24-04-38-48.pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2024/04/Jurnal_Ilkom_Arif_(OK)_04-29-24-04-38-48.pdf)