

Strategi *Impression Management* Petugas *Public Relations* dalam *Management Citra*

Kintan Maharanie Putri, Nurrahmawati

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*kintanmaharanieputri@gmail.com, nurrahmawati10@gmail.com

Abstract. District office of Ministry of Justice and Human Rights Kepulauan Riau is one of Indonesia Government's institution that administers laws and human rights, where such things considered to be uncommon in society. The main discussion in this research was about to understand the role of public relations officer in District office of Ministry of Justice and Human Rights Kepulauan Riau towards the process of establishing the strategy aspect in impression management, as well as public relations officers' strategy in managing the institution's image, and the reason behind the strategy strategy's implementation. This research uses qualitative method with study case approaches. The theory that used for this research is impression management theory by Erving Goffman. This research focused on the research questions as a guide in conducting a deep interview towards five informants that work as public relations officer in District office of Ministry of Justice and Human Rights Kepulauan Riau. The result of this research shows that impressions management strategy were formed by showing self presentation through the way they dress, but aside that self presentation were also presented through arranging personality and professionalism as a second aspect. Public relations officer strategy uses three strategies with different aims for each strategy. But the sole aim of their strategy is to implement their strategies in order to create appropriate impressions, strategy to establish a competent impression, and strategy to establish integrated impression with a good morality. The reason behind the strategy that were taken up is to create appropriate impressions, to establish a competent impression, and to establish integrated impression with a good morality.

Keywords: *Strategy of impression management that is formed, Public relations officer strategy, The reason behind the strategy that were taken up to be implemented*

Abstrak. Kanwil Kemenhumkam Kepulauan Riau merupakan kementerian dalam Pemerintah Indonesia yang membidangi urusan hukum dan hak asasi manusia yang mana masyarakat masih awam dengan jenis pekerjaan ini. Pokok bahasan dalam penelitian ini mengenai peran public relations Kanwil Kemenhumkam Kepulauan Riau terhadap proses pembentukan konsep dan kesan yang ingin disampaikan kepada oranglain dengan mengungkapkan aspek strategi pengelolaan kesan yang dibentuk, strategi petugas public relations dalam mengelola citra perusahaan, dan alasan strategi tersebut diimplementasikan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori impression management dari Erving Goffman. Penelitian ini memfokuskan dengan menggunakan pertanyaan penelitian sebagai panduan melakukan wawancara mendalam kepada lima informan sebagai petugas public relations di Kanwil Kemenhumkam Kepulauan Riau. Hasil penelitian ini adalah strategi pengelolaan kesan yang dibentuk dengan menunjukkan penampilan diri melalui cara berbusana, adapun menetapkan kepribadian dan sikap profesionalitas yang kemudian strategi petugas public relations menggunakan tiga strategi yaitu melalui pengimplementasian strategi untuk memperoleh kesan disukai, strategi untuk memperoleh kesan kompeten, dan strategi untuk memperoleh kesan berintegritas dan moral yang baik. Alasan strategi tersebut diimplementasikan untuk mendapatkan kesan disukai, kesan berkompeten, dan kesan berintegritas dan layak secara moral.

Kata Kunci: *Strategi pengelolaan kesan yang dibentuk, Strategi petugas public relations, Alasan pengimplementasian strategi*

A. Pendahuluan

Public relations memberikan peran yang sangat besar dalam rangka meningkatkan kualitas hubungan dengan oranglain, maupun organisasi dengan lingkungannya, semangat untuk selalu memberikan nilai tambah, mendorong setiap orang dan organisasi untuk selalu melakukan kegiatan *public relations*. Dalam tujuan dan fungsinya, *public relations* memiliki *impression management* yang ingin mereka sampaikan kepada orang lain. Citra diri seperti apa yang ditonjolkan agar orang lain memandang dirinya sesuai dengan apa yang ia inginkan. Proses tersebut biasa dinamakan *impression management*, yaitu suatu proses yang ingin ditimbulkan oleh seseorang kepada publiknya dengan berbagai macam cara, mulai dengan sikap, sifat ataupun pakaian yang ia gunakan (Triani & Yuningsih, 2016:483).

Kanwil Kemenhumkam Kepulauan Riau merupakan kementerian dalam Pemerintah Indonesia yang membidangi urusan hukum dan hak asasi manusia yang mana masyarakat masih awam dengan jenis pekerjaan ini. Mayoritas masyarakat tidak terlalu paham lebih ke fungsi imigrasi dan pemasyarakatan atau lapasnya saja yang diketahui. Peran *public relations* sangat dibutuhkan guna menjelaskan apa maksud dan tujuan instansi dan menjelaskan dampak yang akan ditimbulkan. Instansi merasa bertanggungjawab atas kesejahteraan masyarakat, sudah menjadi tugas seorang *public relations* untuk memberikan bantuan kepedulian serta melakukan pembinaan hubungan baik dengan masyarakat sekitar wilayah operasi.

Juga strategi *public relations* Kanwil Kemenhumkam Kepulauan Riau dalam membangun citra instansi yang ditunjukkan pada upayanya dalam memperoleh kesan kompeten melalui banyaknya penghargaan yang diraih seperti pelayanan publik tahun 2021 dari Ombudsman kategori pelayanan publik paling informatif, terbaik sebagai pembina Unit Pelaksana Teknisnya dalam melaksanakan pelayanan publik berbasis HAM (Hak Asasi Manusia) 2021, terbaik Ke-Dua kategori “Penatausahaan BMN (Barang Milik Negara) Kelompok Koordinator Wilayah” dari Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Kekayaan Negara Riau, Sumatera Barat dan Kepulauan Riau pada acara Stakeholder Awards Tahun 2021, dan masih banyak penghargaan yang diraih.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka fokus penelitian dalam penelitian ini: “Bagaimana strategi *impression management* petugas *public relations* dalam *management* citra?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengelolaan kesan yang dibentuk oleh petugas *public relations* Kanwil Kemenhumkam Kepulauan Riau dalam mengelola citra perusahaan?
2. Bagaimana strategi petugas *public relations* Kanwil Kemenhumkam Kepulauan Riau dalam mengelola citra perusahaan?
3. Mengapa strategi yang dilakukan oleh petugas *public relations* Kanwil Kemenhumkam Kepulauan Riau diimplementasikan sebagai usaha dalam mengelola citra perusahaan?

B. Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Data dihimpun dengan pengamatan yang seksama, mencakup deskripsi dalam konteks yang mendetil disertai catatan-catatan hasil wawancara yang mendalam serta hasil analisis dokumen dan catatan-catatan (Sutiyatno, 2017)

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus, dimana peneliti melakukan serangkaian kegiatan ilmiah secara *integrative* dan komprehensif agar diperoleh pemahaman yang mendalam tentang individu tersebut beserta masalah yang dihadapinya dengan tujuan masalahnya dapat terselesaikan dan memperoleh perkembangan diri yang baik.

Subjek penelitian adalah para petugas *public relations* Kanwil Kemenhumkam Kepulauan Riau. Dan yang telah dipilih oleh peneliti terdapat lima orang yang bersangkutan dengan apa yang diteliti oleh peneliti. Kelima orang tersebut merupakan karyawan yang bekerja dibawah Sub Hubungan Masyarakat, Reformasi Birokrasi, dan Teknologi Informasi. Selain itu

terpilih juga tiga informan pendukung dengan karakteristik yang telah ditentukan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengelolaan kesan yang dibentuk oleh petugas *public relations* sebagai implementasi *management citra*

Petugas *public relations* Kanwil Kemenhumkam berhasil menunjukkan atau mempresentasikan apa yang hendak dijual atau diinginkan dalam meraih target dan kesuksesannya dalam profesi yang dijalani. Kebanyakan orang membeli dan menyukai sesuatu bukan karena isi, melainkan kemasan dan orang yang memperkenalkan produk tersebut. Mulai dari kegiatan yang menggunakan pakaian dinas harian hingga kegiatan yang mengharuskan menggunakan pakaian dinas upacara resmi, petugas *public relations* Kanwil Kemenhumkam Kepulauan Riau memakai seragam dinas harian dengan Bivakmut bahan berwarna biru tua dengan kemeja lengan pendek atau panjang berwarna biru muda, kerah berdiri memakai lidah pundak (*skoder*) dengan satu kancing, dan dua buah saku tempel atas memakai tutup dengan masing-masing satu kancing. Adapun celana panjang berwarna biru tua dengan dua saku samping model miring dan dua saku belakang model bobok tanpa tutup. Sabuk kecil warna hitam, timang dengan dasar polos warna kuning emas berlogo penagayoman, lalu memakai kaus kaki dengan sepatu pantofel bertali warna hitam. Penampilan perlu diperhatikan agar sedapat mungkin selaras dengan nilai-nilai keindahan dan tata krama yang berlaku dalam kehidupan masyarakat.

Dalam perencanaan mengenai pembentukan kesan ini pun tidak hanya menetapkan dari aspek *appearance*, tetapi petugas *public relations* Kanwil Kemenhumkam Kepulauan Riau menyusun dan menetapkan *manner* sebagai aspek kedua sebagai pengelolaan kesan. Sikap etis yang ditunjukkan petugas *public relations* Kanwil Kemenhumkam Kepulauan Riau dalam profesinya sehari-hari menghormati prinsip-prinsip rasa hormat terhadap nilai-nilai manusia dan mengenal batas-batas yang berdasarkan pada moralitas dalam profesinya. Melalui pemahaman etika tersebut, diharapkan petugas *public relations* dapat memiliki kemampuan untuk berperilaku secara etis, yaitu memiliki perilaku sikap, etika moral, dan tata krama yang baik (*good moral and good manner*) dalam bergaul atau berhubungan dengan pihak lain. Termasuk memperhatikan hak-hak pihak lain dengan menghormati pendapat atau menghargai martabat oranglain.

Strategi yang dilakukan oleh petugas *public relations* sebagai implementasi *management citra*

Peneliti mendapatkan bahwa implementasi strategi disukai merupakan strategi yang tampak paling menonjol atau paling sering muncul dibandingkan kedua strategi lainnya. Dalam melaksanakan tugas kesehariannya, petugas *public relations* Kanwil Kemenhumkam Kepulauan Riau tampak menunjukkan strategi dimana ia ingin mendapatkan kesan disukai. Mendistribusikan sajian berita dan berbagai kegiatan yang dilakukan untuk konsumsi media massa, hingga menjalin hubungan baik dengan publik eksternal seperti kunjungan pihak luar, rapat, audiensi, tidak terlepas dari tujuannya untuk dipandang sebagai sosok yang memiliki kehangatan, humor, dapat dipercaya, pesona dan daya tarik fisik.

Selain itu, pengimplementasian strategi lainnya terlihat dari berhasilnya meraih banyak penghargaan dan berhasilnya mengeluarkan dan mengimplementasikan program-program yang sudah dirancang, seperti Kumham PR Talk, *Share With Us*, ada pun sempat dilaksanakannya *Workshop Public Speaking* dan Teknik Jurnalistik. Sebuah *team work* tidak akan menghasilkan satu ditambah satu lantas menjadi dua. Namun, dibawah seorang *public relations* yang cakap, mapan, dan mumpuni, maka penjumlahan yang terjadi dalam *team work* yang solid bisa menghasilkan tidak saja menjadi tiga, tetapi bisa juga lima (Ruslan, 2013).

Petugas *public relations* harus selalu membina hubungan baik dengan pers agar perusahaan/isntansi diketahui dan dikenal publik (Suwatno, 2018:123). Dalam operasionalnya, petugas *public relations* seringkali melibatkan media dalam kegiatannya. Petugas *public relations* memberi kesempatan lebih jauh bagi pers untuk mengenal dan mengetahui lebih banyak situasi dan mekanisme kerja Kanwil sehingga pers dan berempati pada permasalahan

yang dihadapi.

Alasan pengimplementasian strategi sebagai usaha dalam *management* citra

Pada strateginya dalam mendistribusikan sajian berita (*news release*), foto-foto, dan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh instansi melalui media sosial, mengelola hal-hal seperti kunjungan pihak luar instansi atau sebaliknya, mengikuti rapat-rapat penting, menjalin hubungan dekat, audiensi, mengatur acara-acara resmi seperti kunjungan dari pejabat, tamu kehormatan maupun tokoh-tokoh asing, serta menganalisa umpan balik, laporan dan berbagai informasi, dapat dideskripsikan bahwa strategi tersebut masuk kepada strategi untuk menyenangkan oranglain (*ingratisation*). Strategi *ingratisation* adalah strategi yang dilakukan seseorang untuk memperoleh kesan disukai dari pihak lain (Siedharta, 2017)

Kanwil Kemenhumkam Kepulauan Riau pula mendapatkan penghargaan pada pelayanan publik paling informatif dalam ajang kampanye pelayanan publik Ombudsman dan Galanova Award 2021. Dari pernyataan diatas, dapat dipastikan petugas *public relations* Kanwil Kemenhumkam Kepulauan Riau sedang mengimplementasikan strategi promosi diri (*self-promotion*). Strategi *self-promotion* dilakukan agar orang lain terkesan, dengan terlihat kompeten. Dilakukan dengan cara memberikan penjelasan deskriptif, unjuk kemampuan dan prestasi (Alim, 2014) Selain itu, pengimplementasian strategi inipun terlihat dari berhasilnya mengeluarkan dan mengimplementasikan program-program yang sudah dirancang, seperti Kumham PR Talk, *Share With Us*, ada pun sempat dilaksanakannya *Workshop Public Speaking* dan Teknik Jurnalistik. Strategi promosi diri (*self-promotion*) kedua yang dilakukan oleh petugas *public relations* Kanwil Kemenhumkam Kepulauan Riau ini adalah menunjukkan hasil pekerjaannya kepada khalayak. Sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Jones dan Pittman (1982) cara individu menunjukan strategi promosi diri (*self-promotion*) adalah dengan *performance accounts*, yaitu dengan menunjukkan hasil pekerjaannya kepada orang lain (Saptanti, 2020)

Adapun strategi yang dilakukan oleh petugas *public relations* Kanwil Kemenhumkam Kepulauan Riau adalah mengorganisasi pelaksanaan konferensi pers, termasuk acara kunjungan kalangan media massa ke instansi. Dengan menjalin hubungan baik dengan pers dan media akan melahirkan kepercayaan, memiliki karakter yang kuat sehingga memiliki potensi dan kemampuan yang memancarkan kewibawaan dan kejujuran.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pengelolaan kesan yang dibentuk oleh petugas *public relations* Kanwil Kemenhumkam Kepulauan Riau adalah dengan menunjukan penampilan diri melalui cara berpakaian atau busana. Tak hanya menetapkan dari aspek tersebut, tetapi petugas *public relations* Kanwil Kemenhumkam Kepulauan Riau menyusun dan menetapkan kepribadian dan sikap profesionalitas dan moral sebagai aspek kedua. Adanya keinginan untuk memperoleh tanggungjawab profesi dan integritas pribadi yang tinggi.
2. Strategi yang dilakukan petugas *public relations* dalam mengelola citra yang positif terhadap perusahaan dimasukkan kedalam indikator-indikator sebagai berikut, diantaranya mendistribusikan sajian berita (*news release*), foto-foto, dan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh instansi melalui media sosial Instagram, Youtube, juga Web Instansi. Adapun mengelola hal-hal seperti kunjungan pihak luar instansi atau sebaliknya, mengikuti rapat-rapat penting, menjalin hubungan dekat, audiensi, mengatur acara-acara resmi seperti kunjungan dari pejabat, tamu kehormatan maupun tokoh-tokoh asing, serta menganalisa umpan balik, laporan dan berbagai informasi. Strategi ini dilakukan untuk memperoleh kesan disukai dari pihak lain. Kemudian strategi untuk memperoleh kesan kompeten dengan menunjukan kemampuan atau prestasi yang dimiliki. Sub Hubungan Masyarakat Reformasi Birokrasi dan Teknologi Informasi berhasil membawa penghargaan Pelayanan

Publik Paling Informatif versi Ombudsman Kepri tahun 2021 dan Galanova Awards tahun 2021. Lalu, menunjukkan hasil pekerjaannya kepada khalayak dengan berhasilnya mengeluarkan dan mengimplementasikan program-program yang sudah dirancang, seperti Kumham PR Talk, Share With Us, ada pun sempat dilaksanakannya Workshop Public Speaking dan Teknik Jurnalistik. Strategi selanjutnya yang dilakukan petugas public relations dalam mengelola citra yang positif terhadap perusahaan dengan membina hubungan media dan pers. Mulai dari mengorganisasi pelaksanaan konferensi pers hingga mengatur pelaksanaan kunjungan pers (press visit). Strategi ini dilakukan untuk memperoleh kesan berintegritas dan layak secara moral.

3. Mulai dari pendistribusian berita dan kegiatan di media massa hingga menjalin hubungan baik dengan publik eksternal, memunculkan suatu ketentuan bahwa petugas public relations ingin mendapatkan kesan disukai oleh pihak lain. Lalu melalui prestasi yang diraih oleh petugas public relations dan inovasi-inovasinya dalam menciptakan suatu program, hal tersebut memunculkan suatu ketentuan bahwa petugas public relations ingin mendapatkan kesan kompeten dari pihak lain. Dan pada strateginya dalam membina hubungan yang baik dengan media dan pers memunculkan suatu ketentuan bahwa petugas public relations ingin memperoleh kesan berintegritas dan layak secara moral

Daftar Pustaka

- [1] Triani, Fika Kartika., Yuningsih Ani. 2016. “*Grooming* Protokoler Dalam Pencitraan Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Barat”, Volume 2, Nomor 2, Tahun 2016 (hal 483)
- [2] Sutiyo, Sukris. 2017. Metodologi Penelitian: Penelitian Teknologi Informasi, Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, Penelitian Eksperimen, Penelitian *Research & Development* dan Penelitian Tindakan. Yogyakarta: Penerbit K-Media
- [3] Ruslan, Rosady. 2013. *Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- [4] Suwatno. 2018. Pengantar Public Relations Kontemporer. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- [5] Siedharta, Indira., Inri Inggrit Indrayani., Vita Monica. 2017. “Strategi *Impression Management* President Joko Widodo Melalui Komunikasi Program Prioritas Pemerintah Dalam Akun Youtube “Presiden Joko Widodo”, dalam Jurnal SCRIPTURA, Volume 7, Nomor 1, Tahun 2017 (hal 20-21)
- [6] Saptanti, Eunike Iona. 2020. “Analisis Manajemen Impresi Ma’ruf Amin dalam Debat Pilpres 2019”, dalam Jurnal Ilmu Komunikasi ULTIMACOMM, Volume 12, Nomor 2, Tahun 2020 (hal 264)
- [7] Yusra Karim, Iqbal, Yulianita, Neni. (2021). Peran Instagram @greenarationid sebagai Media Kampanye Ramah Lingkungan, Jurnal Riset Public Relations, 1(2), 120 - 129