



STRATEGI PUBLIK RELATION DALAM MEMBENTUK CITRA POSITIF DINAS SOSIAL DI KABUPATEN KUDUS

Nilam Cahyanti¹, Primi Rohimi²

^{1,2}*Institut Agama Islam Negeri Kudus Indonesia*

email: nlmcahyanti03@gmail.com

Keywords

*Public Relations
Strategy, Social Service,
Positive Image*

ABSTRACT

This study aims to find the most effective PR strategy in improving the positive image of the Social Service, P3A Kudus Regency. The research method used is qualitative, producing descriptive data through observation, interviews, and documentation. Data analysis was carried out through data reduction, data presentation, and drawing conclusions, with data checking using triangulation techniques. The results of the study showed that the PR targets of the Social Service for Women's Empowerment and Child Protection of Kudus Regency were divided into two categories: main targets and specific targets. The main targets include the entire Kudus community, while the specific targets are vulnerable communities, namely those who need assistance from the Social Service and who have limited access to information. The Social Service for Women's Empowerment and Child Protection of Kudus Regency builds a positive image through two approaches: direct and indirect. The indirect approach is carried out by utilizing social media as a tool for disseminating information, both through websites and Instagram. While the direct approach involves Social Service staff in carrying out programs in the community, including socialization, community services, and granting rights and obligations to residents.

Kata Kunci:

Strategi Public
Relation, Dinas Sosial,
Citra Positif

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan strategi PR yang paling efektif dalam meningkatkan citra positif Dinas Sosial P3A Kabupaten Kudus. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, menghasilkan data deskriptif melalui observasi, wawancara, dan

dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan pengecekan data menggunakan teknik triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sasaran PR Dinas Sosial Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kabupaten Kudus dibagi menjadi dua kategori: sasaran utama dan sasaran spesifik. Sasaran utama mencakup seluruh masyarakat Kudus, sedangkan sasaran spesifik adalah masyarakat yang rentan, yaitu mereka yang membutuhkan bantuan dari Dinas Sosial dan yang memiliki akses informasi terbatas. Dinas Sosial Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kabupaten Kudus membangun citra positif melalui dua pendekatan: langsung dan tidak langsung. Pendekatan tidak langsung dilakukan dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat penyebar informasi, baik melalui website maupun Instagram. Sedangkan pendekatan langsung melibatkan staf Dinas Sosial dalam menjalankan program-program di masyarakat, termasuk sosialisasi, pelayanan masyarakat, serta pemberian hak dan kewajiban kepada warga.

A. Pendahuluan

Public relation adalah sebuah alat komunikasi dalam suatu perusahaan atau lembaga. Komunikasi ini dimaksudkan untuk menjembatani hubungan antara organisasi yang tidak dapat berinteraksi langsung dengan publik secara intensif, sehingga lembaga perlu memiliki sarana untuk berkomunikasi dengan audiensnya. Beragam metode digunakan oleh lembaga atau perusahaan untuk berkomunikasi, contohnya media sosial yang merupakan alat komunikasi dua arah yang paling efektif saat ini. Salah satu keuntungan dari media sosial adalah kemampuannya dalam menciptakan interaksi dua arah.

Sehingga lembaga dapat membangun koneksi yang baik dengan publik, yang diharapkan dapat meningkatkan citra dan apresiasi masyarakat terhadap lembaga tersebut. Pada dasarnya, public relation adalah sarana komunikasi yang dimiliki sebuah lembaga atau perusahaan. Public relation, atau PR, merupakan fungsi manajemen yang bertujuan untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi keberhasilan atau keberlanjutan suatu lembaga. Public relation berfungsi sebagai ujung tombak lembaga dalam menjalin hubungan dengan publik. Tujuan utama dari public relation adalah untuk menyampaikan informasi kepada publik, serta memelihara dan membina hubungan harmonis dengan audiens. Dengan terjalannya hubungan yang baik antara kedua belah pihak, akan muncul citra positif bagi lembaga tersebut.

Kegiatan Public Relation yang dilaksanakan oleh Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak mencakup memberikan informasi, membangun hubungan baik baik di internal maupun eksternal, serta berhubungan dengan media massa. Salah satu tujuan humas adalah memperkenalkan lembaga atau organisasi kepada masyarakat luas. Selain itu, humas juga bertanggung jawab dalam membentuk citra masyarakat terhadap lembaga tersebut. Untuk meningkatkan pengenalan masyarakat mengenai suatu lembaga, humas atau pelaku public relation menerapkan berbagai cara dalam melakukan kegiatan publikasi. Publikasi adalah aktivitas yang menceritakan hasil dari organisasi atau lembaga kepada masyarakat. Dengan pemberitaan positif kepada publik, akan terbentuk persepsi yang baik, sehingga citra positif suatu lembaga dapat terbangun. Salah satu sarana untuk publikasi adalah memanfaatkan hubungan dengan pers atau menggunakan media yang dibuat oleh lembaga itu sendiri.

Pemanfaatan media sosial sebagai alat sosialisasi dan penyebaran informasi memungkinkan masyarakat untuk langsung memberikan umpan balik atau respons tentang peristiwa yang sedang berlangsung. Dinas Sosial memang dikenal memiliki media sosial yang sangat menarik dan konsisten jika dibandingkan dengan dinas-dinas lain di lingkungan Pemerintah Kabupaten Kudus. Hal ini terlihat dari beragam konten yang disajikan, mulai dari informasi mengenai program-program sosial yang sedang berjalan, hingga kegiatan-kegiatan sosial yang dilakukan oleh lembaga tersebut. Dinas sosial juga sangat aktif dalam memperbarui konten di media sosialnya, seperti video, infografis, dan foto, sehingga para pengikutnya selalu mendapatkan informasi terkini yang mudah dipahami. Selain dari segi publikasi, staf mereka juga berusaha untuk merespons pertanyaan atau keluhan pengikutnya dengan cepat dan profesional, sehingga memberikan kesan positif di mata masyarakat.

Citra merupakan hasil dari kesan yang disampaikan melalui pesan yang diproduksi secara terstruktur dan konsisten oleh sebuah perusahaan atau lembaga, dengan tujuan untuk membangun perspektif yang baik dari pihak internal maupun eksternal. Persepsi masyarakat terhadap sebuah organisasi atau lembaga berfungsi sebagai identitas. Identitas tersebut menjadi fokus dalam membangun citra di dalam sebuah lembaga. Peran public relations dalam membangun perspektif di masyarakat sangat penting dalam menciptakan citra suatu lembaga atau organisasi. Public relations dalam sebuah lembaga atau organisasi berfungsi sebagai jembatan untuk mengkomunikasikan segala tujuan atau isu yang ada.

Dengan adanya komunikasi yang terstruktur dan dinamis dalam penyampaian pesan kepada masyarakat atau lembaga lain, dapat meningkatkan citra baik bagi lembaga tersebut.

Public relation adalah salah satu bidang yang memiliki peran signifikan dalam membangun citra positif bagi suatu instansi. Kegiatan public relation bertujuan untuk menciptakan hubungan yang baik dengan masyarakat, media, dan stakeholder lainnya. Dalam melaksanakan tugasnya, public relation harus mampu mengelola dan mengendalikan informasi yang disampaikan kepada masyarakat, serta membangun dan menjaga citra positif bagi instansi yang diwakilinya. Dinas Sosial P3A Kabupaten Kudus merupakan salah satu instansi yang memiliki tanggung jawab dalam memberikan pelayanan sosial kepada masyarakat. Dalam melaksanakan tugasnya, Dinas Sosial P3A Kabupaten Kudus perlu membangun citra positif di masyarakat agar masyarakat dapat mempercayai dan menerima layanan yang diberikan oleh instansi tersebut. Namun, sering kali muncul masalah yang dapat mempengaruhi citra positif Dinas Sosial P3A Kabupaten Kudus di masyarakat, seperti keluhan masyarakat berkaitan dengan pelayanan yang tidak sesuai harapan, atau tuduhan ketidakadilan terhadap instansi tersebut.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi public relation yang diterapkan oleh Dinas Sosial P3A Kabupaten Kudus dalam membangun citra positif di masyarakat. Dengan memahami strategi public relation yang digunakan oleh Dinas Sosial P3A Kabupaten Kudus, diharapkan dapat memberikan informasi bermanfaat bagi instansi tersebut dalam mengelola dan meningkatkan citra positifnya di masyarakat. Public relation sebagai fungsi manajemen bertujuan untuk membentuk dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara lembaga dengan para stakeholdersnya. Keberhasilan atau kegagalan public relation sangat bergantung pada strategi yang diterapkan lembaga dalam membangun dan memelihara relasi dalam suatu organisasi atau lembaga. Oleh karena itu, peran humas yang berfungsi sebagai alat public relation memiliki peranan sangat penting dalam membentuk hubungan dan citra positif bagi lembaga tersebut.

B. Metode

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini mengadopsi metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, bertujuan untuk mengungkap permasalahan yang diteliti dengan cara menggambarkan objek atau subjek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ada. Menurut Moelong, penelitian kualitatif

berlandaskan pada asas ilmiah yang utuh, di mana manusia berperan sebagai instrumen penelitian dan analisis data dilakukan secara induktif. Hal ini bertujuan untuk menemukan teori dasar yang bersifat deskriptif. Dalam penelitian ini, fokus peneliti adalah pada strategi Public Relations yang diterapkan oleh Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak Kabupaten Kudus.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Sosial P3A Kabupaten Kudus, yang berlokasi di Jl. Mejobo No. 99, Mlati Kidul, Kec.Kota Kudus, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59319.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Dinas Sosial P3A Kabupaten Kudus, yang menjadi sumber utama informasi. Sementara itu, objek penelitiannya adalah strategi Public Relations yang diterapkan oleh Dinas Sosial P3A Kabupaten Kudus dalam membangun citra positif di masyarakat.

4. Data dan Sumber Data

a. Data

Data merupakan segala sesuatu atau peristiwa yang dihadapi dalam suatu penelitian. Ini terdiri dari kumpulan bukti atau fakta yang dikumpulkan dan disusun untuk tujuan tertentu. Data juga bisa merujuk pada informasi yang diperoleh dari berbagai sumber, baik itu individu yang menjadikan diri mereka sebagai narasumber maupun dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitian. Hasil dari pencatatan informasi mengenai subjek penelitian juga termasuk dalam kategori data yang diperoleh oleh peneliti.

1) Data Primer

Data primer adalah jenis data yang digunakan untuk menjawab pertanyaan atau masalah penelitian tertentu. Data ini diperoleh melalui wawancara dan observasi terhadap informan serta subjek penelitian. Dalam penelitian ini, data primer mencakup informasi mengenai aktivitas Public Relations di Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak Kabupaten Kudus, termasuk upaya mereka dalam membangun citra positif di masyarakat, media online yang digunakan, serta kegiatan terkait aktivitas public relations.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang berasal dari sumber lain yang sudah ada sebelumnya. Dalam penelitian ini, data sekunder mencakup profil Dinas Sosial,

Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak, struktur organisasi, serta visi dan misi mereka.

b. Sumber Data

Menurut Lexy J. Moleong, yang dikutip oleh Suharsimi Arikunto dalam bukunya "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik," sumber data kualitatif berupa kata-kata lisan atau tertulis yang dianalisis oleh peneliti, serta benda-benda yang diamati secara mendetail untuk memahami makna yang tersirat dalam dokumen atau objek tersebut. Sumber data diharapkan berasal dari sumber asli, namun jika sulit diperoleh, fotokopi atau tiruan dapat diterima asal disertai bukti pengesahan yang kuat.

Sumber data primer mencakup pengumpulan informasi langsung oleh peneliti untuk menjawab permasalahan dan mencapai tujuan penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang bertujuan memberikan jawaban bagi peneliti.

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer diperoleh dari wawancara yang dilakukan dengan pelaku public relations di Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak Kabupaten Kudus, serta dampak yang dihasilkan dari strategi tersebut di masyarakat. Observasi dilakukan dengan terjun langsung ke dalam kegiatan Humas Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak Kabupaten Kudus, dan mendokumentasikan kegiatan tersebut sebagai penguat penelitian.

2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder berfungsi sebagai pendukung data primer dan diperoleh dari literatur, buku-buku, dokumentasi, maupun referensi lain yang relevan dengan penelitian ini.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah penting dalam mengumpulkan informasi dan fakta-fakta relevan untuk mencapai pemahaman mendalam tentang suatu topik atau fenomena. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan tiga teknik pengumpulan data, yaitu:

a. Observasi

Teknik observasi dipilih oleh peneliti untuk mengumpulkan data secara langsung. Peneliti terjun ke lapangan dan berperan sebagai pengamat, mengamati aktivitas public relations yang dilakukan oleh Dinas Sosial, P3A Kabupaten Kudus.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik yang mengumpulkan data dalam bentuk catatan, gambar, atau bahan lainnya dari objek penelitian. Informasi ini akan dimasukkan ke dalam pembahasan guna membantu penyusunan hasil akhir penelitian. Selain itu, dokumentasi juga berfungsi sebagai bukti keautentikan penelitian yang mencakup berbagai kegiatan dan pencarian data di Dinas Sosial P3A Kabupaten Kudus.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Sasaran Strategi Publik Relation Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak

Salah satu tugas utama bagian Humas di Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak Kabupaten Kudus adalah menyampaikan informasi yang relevan kepada masyarakat mengenai lembaga tersebut. Dengan memberikan informasi tentang Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak Kabupaten Kudus, diharapkan dapat tercipta citra positif lembaga ini. Selain itu, penting untuk menginformasikan program-program yang dijalankan agar masyarakat memiliki pemahaman yang lebih mendalam mengenai fungsi dan manfaat lembaga, serta berbagai program kerja yang ada. Citra positif sangat vital bagi sebuah lembaga pemerintahan, karena dapat menjaga kepercayaan masyarakat.

Mengingat keterbatasan masyarakat dalam mengakses informasi secara langsung mengenai kegiatan Dinas Sosial, dibutuhkan sarana atau media untuk menyampaikan informasi tersebut. Dengan demikian, masyarakat dapat lebih memahami peran Dinas Sosial. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan website menjadi sangat penting dalam menyampaikan aktivitas yang dilakukan oleh lembaga ini, mencerminkan penggunaan teknologi modern sebagai saluran informasi.

Sasaran utama dari seluruh kegiatan publik relation ini adalah masyarakat luas di Kudus. Informasi yang disampaikan bersifat umum, namun ada juga fokus yang lebih spesifik yaitu pada kelompok masyarakat yang rentan, yang memerlukan perhatian lebih dari Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak Kabupaten Kudus. Kelompok ini seringkali menghadapi kendala seperti kurangnya pemahaman, akses informasi yang terbatas, serta sarana dan prasarana yang tidak memadai, yang menghambat mereka dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Hal ini erat kaitannya dengan tujuan untuk membentuk opini publik, sehingga pesan yang disampaikan dapat menjadi lebih efektif. Sasaran spesifik ini tidak hanya meliputi kelompok masyarakat rentan, tetapi juga dapat digunakan dalam situasi tertentu untuk meredakan konflik atau menyelesaikan kesalahpahaman terkait suatu permasalahan.

2. Sarana Yang Digunakan Dinas Sosial, P3A Kabupaten Kudus dalam Membangun Citra Positif di Masyarakat

Pada masa kini, pemanfaatan media sosial telah menjadi ujung tombak dalam bidang Public Relation. Dengan kemajuan teknologi komunikasi yang pesat, media sosial menawarkan banyak manfaat sebagai platform untuk menyebarkan informasi. Jumlah pengguna yang terus meningkat memberikan harapan bahwa informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat dan luas. Selain itu, keunggulan dari segi biaya dan efektivitas menjadikan media sosial sebagai alat yang tak dapat dipandang sebelah mata.

Variasi program yang disajikan di media sosial juga sangat beragam, tidak monoton, dan bahkan bisa menjadi sumber hiburan tersendiri. Penggunaan media sosial oleh Dinas Sosial sebagai sarana publikasi sangat berperan dalam membangun citra positif di mata masyarakat. Dalam konteks ini, kita dapat melihat hubungan erat antara pemanfaatan media sosial dengan strategi publikasi yang efektif.

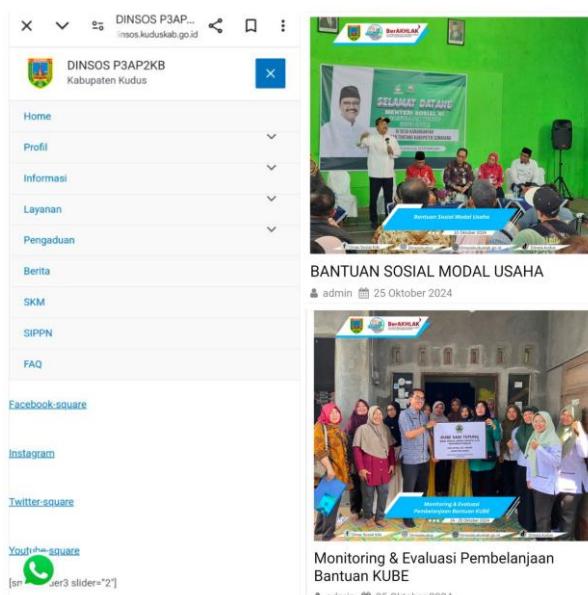
Media sosial menawarkan berbagai model yang dapat digunakan untuk menarik perhatian audiens, membuka peluang bagi kreativitas dalam menyampaikan pesan yang diinginkan. Banyaknya konten yang disediakan oleh suatu lembaga dapat meningkatkan minat audiens dan memudahkan mereka untuk menerima informasi terkini dari media sosial yang telah terverifikasi kevalidannya. Ini tentu membantu mengurangi kesalahpahaman informasi serta melindungi masyarakat dari tindakan penipuan atau hoaks. Akan tetapi, ada kalanya informasi yang lebih kompleks sulit untuk disampaikan melalui media sosial. Dalam kasus seperti ini, interaksi langsung dengan masyarakat menjadi sangat penting. Salah satu contohnya adalah program sosialisasi, di mana sejumlah pegawai dari lembaga atau perwakilannya memberikan materi yang relevan mengenai isu-isu yang dihadapi oleh masyarakat di daerah tersebut.

Meskipun media sosial menawarkan banyak manfaat, masih ada sejumlah kegiatan yang memerlukan kehadiran seorang public relations (PR) untuk melakukan interaksi langsung di lapangan. Keterbatasan media sosial dalam menyampaikan pesan dapat diatasi

dengan membangun komunikasi secara tatap muka, yang memungkinkan informasi disampaikan dengan lebih efektif dan semakin mempererat hubungan antara masyarakat dan lembaga.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti, strategi public relations yang diterapkan oleh Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Dinsos P3A) Kabupaten Ponorogo juga memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan informasi secara lebih up-to-date. Berikut adalah beberapa akun media sosial yang dimiliki oleh Dinsos P3A:

1. Website



Gambar. Website dinas sosial, pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak

Website resmi Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak Kabupaten Ponorogo berfungsi sebagai salah satu saluran publikasi penting untuk menyampaikan informasi terkait tugas dan fungsi lembaga ini. Di dalam situs tersebut, pengunjung dapat menemukan berbagai informasi lengkap, mulai dari profil dan struktur organisasi hingga dasar hukum dan program-program sosial yang disediakan. Selain itu, website ini juga menyajikan berita terkini serta informasi mengenai berbagai kegiatan yang dilaksanakan oleh Dinas Sosial.

Sebagai tambahan, terdapat kolom pengaduan yang memungkinkan masyarakat untuk melaporkan adanya penyalahgunaan bantuan atau untuk meminta bantuan secara mendesak. Layanan pengaduan ini dapat diakses dalam situasi darurat dan akan segera

ditindaklanjuti oleh pihak Dinas Sosial. Fitur ini juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk memberikan kritik dan saran, sehingga masyarakat dapat melaporkan berbagai permasalahan sosial yang terjadi di sekitarnya.

Untuk lebih meningkatkan efektivitas penyampaian informasi, website Dinas Sosial Kabupaten Ponorogo dilengkapi pula dengan tautan ke akun media sosial resmi seperti Instagram dan YouTube. Melalui platform-platform ini, masyarakat dapat mengikuti kegiatan dan program-program yang dijalankan oleh Dinas Sosial secara real-time. Dengan hadirnya website resmi dan media sosial ini, diharapkan transparansi serta akuntabilitas Dinas Sosial terhadap masyarakat dapat meningkat.

2. Instagram



Gambar. Website dinas sosial, pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak kabupaten Kudus

Akun Instagram Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak Kabupaten Kudus memainkan peran vital dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat, baik dari segi strategi publikasi maupun citra. Melalui platform ini, dinas secara aktif memposting tentang berbagai kegiatan dan program sosial yang dijalankan oleh pemerintah dan dinas terkait.

Konten yang ditampilkan sangat beragam, mulai dari foto dan video hingga infografis, yang membuat akun ini tetap menarik dan tidak monoton, sehingga dapat menarik perhatian para pengikutnya. Dengan jumlah pengikut sekitar 1.507, akun ini berhasil menjangkau masyarakat luas dan memberikan informasi yang informatif.

Sebanyak 153 konten telah diposting, menyajikan beragam informasi menyeluruh mengenai berbagai kegiatan yang dilakukan oleh dinas.

Selain itu, akun Instagram ini juga menyediakan layanan untuk pengaduan dan pertanyaan masyarakat terkait program-program sosial yang ada. Dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak Kabupaten Kudus dapat menyebarkan informasi dengan cepat dan efektif. Platform ini juga memungkinkan pengguna untuk memberikan umpan balik dan respons terhadap program-program sosial yang disediakan oleh dinas.

Di Dinas Sosial Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, program-program dijalankan berdasarkan empat bidang yang ada di lembaga tersebut, yaitu LINJAMSOS (Perlindungan dan Jaminan Sosial), FAKMIS (Penanganan Fakir Miskin dan Pemberdayaan Sosial), P3A (Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak), serta REHABSOS (Rehabilitasi Sosial). Dalam konteks ini, Dinas Sosial Pemberdayaan Perempuan dan Anak berkomitmen menunjukkan tanggung jawab sosialnya dengan menyajikan pelayanan dan dukungan terbaik bagi masyarakat.

Pandangan masyarakat memiliki nilai yang sangat penting bagi lembaga pemerintahan. Dengan mempertimbangkan berbagai persepsi yang muncul dan mengambil langkah antisipatif terhadap permasalahan yang mungkin timbul, diharapkan citra positif lembaga pemerintahan dapat terbangun. Tugas utama lembaga pemerintahan adalah melayani masyarakat, sehingga jika kepercayaan atau persepsi masyarakat terhadap dinas tersebut buruk, akan sulit untuk melaksanakan tugas-tugas yang telah menjadi tanggung jawab. Dampak negatif ini dapat berujung pada kerusakan sistem pemerintahan yang telah terbentuk.

Sebagai lembaga pemerintahan di Kabupaten Kudus, Dinas Sosial Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak harus turut serta dan bertanggung jawab dalam menyediakan layanan serta program sosial yang ditujukan untuk membantu masyarakat yang membutuhkan. Dengan demikian, lembaga ini berperan aktif dalam mendukung kesejahteraan masyarakat dan menciptakan hubungan yang saling menguntungkan.

3. Analisis Sasaran Strategi Public Relations Dinas Sosial Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kabupaten Kudus

Dalam menganalisis sasaran strategi Public Relations di Dinas Sosial Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kabupaten Kudus, kita merujuk pada teori H. Fayol yang menyoroti tiga aspek kunci. Pertama, pentingnya membangun identitas dan citra organisasi. Kedua, menghadapi krisis melalui pembentukan manajemen krisis dan pemulihan citra Public Relations yang bertanggung jawab untuk memperbaiki reputasi yang mungkin terganggu. Ketiga, mempromosikan aspek kemasyarakatan dengan fokus kepada publik internal dan eksternal.

Sebagai bagian dari tugas utamanya, Humas Dinas Sosial Kabupaten Kudus bertekad untuk menyampaikan informasi terkait instansi dan program-program dalam naungannya, sehingga masyarakat dapat memahami dengan lebih baik fungsi dan tujuan dari program tersebut. Dalam konteks ini, sasaran strategi Public Relations dapat dibagi menjadi dua kategori: sasaran utama dan sasaran spesifik. Sasaran utama mencakup seluruh masyarakat Kudus, sementara sasaran spesifik berfokus pada kelompok rentan, yaitu mereka yang membutuhkan bantuan dari Dinas Sosial dan masyarakat yang menghadapi keterbatasan dalam akses informasi.

Citra positif merupakan hal yang krusial bagi lembaga pemerintahan, mengingat masyarakat sering kali sulit untuk mendapatkan informasi secara langsung tentang kegiatan Dinas Sosial. Oleh karena itu, media sosial, termasuk Instagram, Facebook, dan situs web resmi, berperan penting dalam menyampaikan informasi terkait aktivitas Dinas Sosial. Dalam upaya Public Relations ini, sasaran utama adalah seluruh masyarakat Kudus, sedangkan sasaran spesifik bertujuan untuk menangani konflik atau salah paham yang mungkin timbul.

Dalam menghadapi situasi krisis, Dinas Sosial Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kabupaten Kudus diharapkan untuk mengimplementasikan manajemen krisis yang efektif serta strategi pemulihan citra Public Relations guna memperbaiki reputasi yang mungkin tercemar. Selain itu, sangat penting bagi Dinas Sosial untuk terus mempromosikan aspek kemasyarakatan dengan menargetkan publik internal – termasuk karyawan, pemangku kepentingan, dan LSM – serta publik eksternal yaitu masyarakat Kudus.

Dalam melakukan promosi aspek kemasyarakatan, Dinas Sosial perlu senantiasa memperhatikan citra dan identitas organisasinya. Promosi bertujuan agar masyarakat lebih memahami fungsi dan program yang tersedia di Dinas Sosial. Selain itu, kegiatan promosi juga berfungsi untuk menangani keluhan dan mengatasi situasi krisis yang dapat merusak citra organisasi. Dengan demikian, manajemen krisis dan pemulihan citra menjadi hal yang sangat vital dalam menjaga dan memperkuat citra positif lembaga.

4. Analisis Sarana Public Relations Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak Kabupaten Kudus

Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak Kabupaten Kudus memanfaatkan berbagai sarana dalam strategi public relations mereka, dengan media sosial sebagai alat utama untuk menyebarluaskan informasi terkait kegiatan dan program yang diadakan. Di antara platform yang digunakan, Instagram dan website resmi menjadi pilihan utama.

Penggunaan media sosial sebagai sarana publikasi terbukti efektif dalam mempercepat penyebaran informasi, mengingat perannya yang semakin penting dalam komunikasi publik di era teknologi yang maju saat ini. Media sosial menawarkan berbagai keuntungan, termasuk efisiensi serta biaya yang lebih rendah. Selain itu, media sosial dapat menarik perhatian audiens melalui konten yang bervariasi dan menarik.

Namun, terdapat sejumlah informasi yang sulit disampaikan hanya melalui media sosial, terutama program sosialisasi yang memerlukan interaksi langsung dengan masyarakat. Untuk itu, Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak Kabupaten Kudus tetap melaksanakan program turun ke lapangan, yang mencakup sosialisasi, monitoring, dan evaluasi.

Dalam menjalankan strategi public relations-nya, Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak Kabupaten Kudus berhasil mengintegrasikan berbagai sarana publikasi untuk menyampaikan informasi yang relevan kepada masyarakat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa strategi public relations yang diterapkan oleh dinas ini cukup efektif dalam mencapai tujuan publikasi serta memperkuat hubungan dengan masyarakat.

Citra sebuah lembaga pemerintahan tentunya sangat penting bagi masyarakat. Dalam hal ini, Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kabupaten Kudus

harus berkomitmen untuk menjaga citra positif mereka di mata publik, dengan memperhatikan persepsi yang berkembang dan mengantisipasi potensi masalah yang bisa muncul. Hal ini sejalan dengan tujuan Government Public Relations, yaitu mendapatkan dukungan dan kepercayaan masyarakat terhadap kebijakan, program, dan kegiatan pemerintah.

Untuk memelihara citra positif tersebut, Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak Kabupaten Kudus melakukan beberapa langkah strategis, antara lain memberikan pelayanan terbaik, memenuhi kebutuhan masyarakat di bidang sosial, berkomunikasi aktif dengan media massa, serta mempromosikan program-program sosial yang mereka lancarkan. Hasil wawancara dengan masyarakat menunjukkan bahwa citra Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak Kabupaten Kudus cukup baik. Masyarakat merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan mengapresiasi beragam program serta kegiatan yang dirancang untuk meningkatkan kesejahteraan mereka.

D. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian skripsi dengan judul “Strategi Public Relation Dalam Membangun Citra Positif Di Masyarakat” yang dilakukan dengan studi kasus di Dinas Sosial Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kabupaten Kudus, dapat disimpulkan beberapa poin penting sebagai berikut:

1. Penentuan sasaran public relation di Dinas Sosial ini dibagi menjadi dua kategori, yaitu sasaran utama dan sasaran spesifik. Sasaran utama mencakup seluruh masyarakat di Kudus, sedangkan sasaran spesifik berfokus pada kelompok rentan, yaitu mereka yang membutuhkan bantuan dari Dinas Sosial serta warga yang memiliki akses informasi terbatas.
2. Dalam upaya membentuk citra positif, Dinas Sosial Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kabupaten Kudus menggunakan dua pendekatan, yaitu secara langsung dan tidak langsung. Pendekatan tidak langsung dijalankan dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi, baik melalui website maupun Instagram. Sementara itu, pendekatan langsung dilakukan melalui berbagai program yang dilaksanakan oleh staf Dinas Sosial di masyarakat, yang mencakup sosialisasi, pelayanan publik, serta pemenuhan hak dan kewajiban masyarakat.

Daftar Pustaka

- Anggoro, M. Linggar. Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008.
- Anggoro. Teori dan Profesi Kehumasan. Jakarta: Bumi Aksara, 2002.
- Ardianto, Elvinaro. Metodologi Penelitian untuk Public Relation. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2010.
- Ardianto, Elvinaro. Public Relation Praktis Edisi Pertama. Jakarta: Widya Padjajaran, 2009.
- Batubara, Abdul Karim. Diktat Media Komunikasi. Medan: UIN Sumatera Utara, 2011.
- Black, Sam dan Melvin L. Sharpe. Ilmu Hubungan Masyarakat Praktis. Jakarta: PT Intermasa, 1998.
- Cutilp, Scott M. Allen H. Center dan Glen M. Broom. Effective Public Relation Edisi Sembilan. Jakarta: Kencana, 2009.
- Efendy, Onong Uchjana. Human Relation & Public Relation. Bandung: Mandar Maju, 2009.
- Effendy, Onong Uchjana. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Effendy. Onong Uchjana Hubungan Masyarakat. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.
- Faiz, Ainur. Strategi Public Relation PT. Natural Nusantara (Nasa) Dalam Membangun Brand Awareness, Skripsi, IAIN Ponorogo, 2022.
<https://www.dailysocial.id/post/media>, diakses pada tanggal 5 Maret 2023.
- Jefkins, Frank. Public Relation, Edisi Kelima. Jakarta: PT. Erlangga, 2002.
- Juwito. Public Relation. Surabaya: UPN PRESS, 2008.
- MA, Morissan. Manajemen Public Relation Strategi menjadi Humas Profesional. Jakarta: Kencana, 2008.
- Moleong, Lexy J. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Moleong, Lexy J. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Mustafa, Nurfaidah Rezki. Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Kantor Kesyahbandaran Utama Makassar, Skripsi, UIN Alauddin Makassar, 2003.
- Mustara, Aisyah. Peran Hubungan Masyarakat dalam membangun Citra Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Maluku, Skripsi, IAIN Ambon, 2021.
- Oliver, Sandra. Strategi Public Relation. Jakarta: PT. Erlangga, 2006.

- Rahayu, Astri. Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Sekolah di Madrasah Aliyah Negeri 3 Magetan, Skripsi, IAIN Ponorogo, 2021.
- Ruslan, Rosady. Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997.
- Ruslan, Rosady. Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi. Jakarta: Rajawali Press, 2008.
- Ruslan, Rosady. Manajemen Publik Relation dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005.
- Salma. "Data Penelitian: Pengertian, Klasifikasi, dan Contoh Lengkapnya, Data Penelitian: Pengertian, Klasifikasi, dan Contoh Lengkapnya" <https://penerbitdeepublish.com> , diakses 22 Desember 2022 pukul 20.25.
- Sari, Winda Rahma. Strategi Public relation dalam membangun Citra Lembaga Pada Badan Wakaf Al-Quran, Skripsi, IAIN, Ambon, 2018.
- Soemirat, Soleh & Elvinaro. Dasar-Dasar Public Relation. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008.
- Steiner, George A. Kebijakan dan Strategi Manajemen. Jakarta: Penerbit Erlangga, 1997.
- Sugiyono. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Tika, Moh Pabundu. Metodologi Riset Bisnis. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006.