

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah memiliki tugas dalam tatanan pemerintahan yaitu sebagai lembaga yang menjembatani antara masyarakat dengan pemerintah dalam menyajikan transparansi informasi, serta mendukung masyarakat guna meningkatkan citra dan reputasi instansi yang saling menguntungkan. Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah turut menjadikan media sosial sebagai salah satu *platform* yang digunakan untuk media penyedia informasi yang berhubungan dengan kegiatan yang dilaksanakan oleh pemerintahan di Jawa Tengah. Humas Pemprov Jateng menggunakan media *Youtube, Website, Instagram, Facebook, dan Twitter* sebagai jembatan untuk pemerintah dan masyarakat dalam berkomunikasi. Tak hanya secara *online*, Humas juga bekerjasama dengan pihak eksternal menggunakan media *mainstream* seperti media cetak, radio, serta televisi lokal ataupun nasional tergantung skala berita dalam mendistribusikan informasi.

Provinsi Jawa Tengah berhasil menyabet kembali penghargaan sebagai Provinsi paling Informatif yang diberikan oleh Komisi Informasi Pusat (KIP). Penghargaan tersebut diserahkan secara langsung oleh Wakil Presiden Ma'aruf Amin dan dianugerahkan kepada Pemerintah Provinsi Jawa Tengah karena dinilai dapat memberikan informasi kepada publik secara transparan dan juga akuntabel. Pemerintah Provinsi Jawa Tengah telah melaksanakan keterbukaan informasi publik dengan pemanfaatan media sosial secara baik yang mana segala aktivitas yang dilaksanakan oleh Gubernur Ganjar Pranowo, kebijakan pemerintah, dan segala hal yang berkaitan dengan pemerintahan akan dipublikasikan melalui media yang digunakan oleh Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah.

Humas Provinsi Jawa Tengah bekerjasama dengan Dinas Komunikasi dan Informasi Provinsi Jawa Tengah dalam menampung aspirasi dan aduan dari masyarakat tanpa adanya birokrasi, guna menanggapi laporan masyarakat secara efektif terdapat aplikasi Lapor Gub yang nantinya akan menyaring aduan dari masyarakat. Provinsi Jawa Tengah ditetapkan sebagai satu – satunya Provinsi dengan predikat yang sangat baik pada Evaluasi Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE) pada tahun 2018. Penghargaan tersebut diserahkan langsung oleh mantan wakil presiden Jusuf Kalla kepada Ganjar Pranowo. Predikat tersebut diperoleh Provinsi Jawa Tengah karena adanya migrasi dari birokrasi yang konvensional menuju elektronik. Dalam penyampaian pesan Gubernur Ganjar Pranowo lebih mengedepankan melalui media online guna memangkas birokrasi. Sebanyak 40 penghargaan diraih oleh Provinsi Jawa Tengah pada skala nasional, penghargaan tersebut diperoleh dalam jangka waktu satu tahun periode kepemimpinan Ganjar Pranowo dan Taj Yasin.

Ganjar Pranowo memulai karir politik sejak menempati bangku kuliah di Universitas Gadjah Mada. Tahun 2009 Ganjar Pranowo berhasil telah menempati kursi parlemen serta menjabat sebagai Wakil Ketua Komisi II urusan dalam negeri hingga pada tahun 2014 karena pada tahun 2013 melanjutkan kariernya sebagai Gubernur Jawa Tengah. Ganjar Pranowo menduduki jabatan sebagai Gubernur Jawa Tengah selama dua periode dengan Wakil Gubernur Taj Yasin pada periode yang kedua. Ganjar Pranowo meluncurkan kata – kata “*Jateng Gayeng*” sebagai slogannya. Kata tersebut memiliki makna mengenai semangat, berani, tangguh, harmonis, jujur, ramah, menggembarakan, serta hangat. *Tagline* yang digunakan oleh Ganjar Pranowo memiliki makna mengenai keresahan masyarakat saat ini karena banyaknya kasus korupsi, maka guna meyakinkan masyarakat Ganjar Pranowo memiliki *tagline* yaitu “*Mboten*

*Ngapusi, Mboten Korupsi*”. Gaya kepemimpinan Ganjar Pranowo dikenal tegas dan juga merakyat.

“ Pak Gub itu orangnya tegas dan *cak – cek*, kalau ada aduan dari masyarakat harus segera direspon, paling tidak 1x24 jam. Jadi kalau sampai ada pejabat yang dicopot itu beliau berdasarkan data dari Aplikasi, kalau kinerjanya tidak baik dalam kurun waktu satu tahun pasti langsung dicopot. Beliau juga *humble*, menguasai dan mau mempelajari segala hal. Sehingga beliau senang bersentuhan langsung untuk merasakan apa yang sebenarnya terjadi dengan rakyat. Beliau lebih mementingkan mencari solusi permasalahan dari masyarakat secara langsung.” (Bapak Akhsin Dzulqarnain, Kasubbag Publikasi dan Hubungan Media. Hasil wawancara Senin, 6 Januari 2020).

## Gambar 1.1

### Ganjar Pranowo saat Kunjungan dengan Rakyatnya



Sumber: Instagram @humas.jateng. (Diakses pada pukul 17.20 WIB, 25 Februari 2020)

Potret kebersamaan Ganjar Pranowo dengan masyarakatnya ini diambil dari media Instagram @humas.jateng ini menggambarkan Ganjar Pranowo yang sedang bercanda tawa dengan rakyatnya, dalam caption Instagram tersebut humas memaparkan bahwa Provinsi Jawa Tengah menjadi Juara Nasional dalam penurunan angka kemiskinan dengan presentase penduduk miskin di Jawa Tengah periode Maret – September 2019 turun sebesar 0,22 poin dari 10,80% menjadi 10,58%. Ganjar Pranowo berkolaborasi dengan Taj Yasin untuk merealisasikan keberpihakannya kepada rakyat Jawa Tengah dengan terus menekan angka kemiskinan.

Ganjar Pranowo adalah orang nomor satu di Provinsi Jawa Tengah ini telah menyabet penghargaan sebagai Indoesian Innovative Leader pada ajang Government Award tahun 2019 yang diserahkan secara langsung oleh Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika. Penghargaan tersebut diperoleh karena perubahan signifikan yang dirasakan oleh masyarakat dalam pelaksanaan pembangunan pada masa pemerintahan Ganjar Pranowo. Gubernur dinilai kreatif dan juga memiliki banyak inovasi

diantaranya mengenai penerapan *e-government*, sistem pemerintahan yang berbasis elektronik, serta mendorong pemerintah desa yang inovasi.

Penghargaan tersebut menandakan bahwa kinerja dari Pemerintah Provinsi Jawa Tengah serta Gubernur Ganjar Pranowo dapat dijadikan sebagai panutan untuk pemerintahan daerah yang lain, serta bagaimana Humas Jawa Tengah dapat merespon keinginan publik secara cepat tanggap dengan memanfaatkan adanya perkembangan zaman dengan menggunakan media sosial yang dapat memberikan ruang untuk publik secara terbuka dalam mengakses informasi terkini, kebijakan, serta kegiatan yang dilaksanakan oleh pemerintah secara akuntabel. Dengan terbukanya ruang untuk publik akan memberikan kemudahan kepada pemerintah dalam berkomunikasi dengan masyarakatnya.

Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah tentu memiliki peran dalam membranding serta membentuk citra dari Gubernur Ganjar Pranowo melalui kinerja dan pencapaiannya hingga saat ini.

“Humas Pemprov punya peran dalam melakukan *personal branding* terhadap gubernur. Tugas yang dilakukan Humas sudah dirangkum pada Peraturan Gubernur Jawa Tengah Pasal 182 ayat 2. Di bagian humas punya dua divisi, ada liputan dan dokumentasi serta publikasi dan hubungan media. Nah kalo yang kegiatannya sama pak Ganjar itu bagian liputan dan dokumentasi karena tugasnya ya mendokumentasikan setiap kegiatan Pak Ganjar. Kalo bagian saya yaitu publikasi dan hubungan media ya tugasnya ngolah hasil mentah yang dari divisi liputan dan dokumentasi mulai dari ngedit, bikin caption sampai mengupload ke media sosialnya” (Bapak Akhsin Dzulqarnain, Kasubbag Publikasi dan Hubungan Media. Hasil wawancara Senin, 6 Januari 2020).

Beberapa berita mengangkat mengenai keberpihakan Ganjar terhadap rakyatnya. Seperti gaya kepemimpinannya yang merakyat. Salah satu contoh pemberitaan pada 3 Desember 2019 yang berjudul “Viral Nenek-nenek Minta Ganti Gigi ke Ganjar Pranowo”, berikut merupakan sekilas beritanya.

## **Gambar 1.2**

### **Berita Ganjar Pranowo saat Bertemu dengan Mbah Rubini**

## Viral Nenek-nenek Minta Ganti Gigi ke Ganjar Pranowo, Begini Tingkahnya

Reza Gunadha | Husna Rahmayunita

Selasa, 03 Desember 2019 | 16:15 WIB



Sumber: [jateng.suara.com](http://jateng.suara.com), (Diakses pada pukul 20.53 WIB, Hari Selasa 10 Maret 2020)

“Mbah Rubini merupakan salah satu penerima bantuan rumah layak huni yang rumahnya dirubuhkan. Dengan menggunakan Bahasa Jawa, Ganjar menggoda dengan berkata “Mbah niku untune teng pundi? Daleme pun di rubuhke lho mbah, ra enek sik dingo ngeyup lho (Mbah itu giginya dimana? Rumahnya sudah dirubuhkan lho mbah, tidak ada tempat buat berteduh)”, namun Mbah Rubini menjawab dengan rasa senang dan terimakasih kepada Ganjar. “Lha niki mpun nini-nini, ngeten mawon nek untune ilang sampean ganti. Yo ben rapopo omahe ambruk, sesuk digaweke sing aik karo Pak Gubernur (Lha ini sudah nenek-nenek, gini aja kalo gigiku hilang kamu yang ganti. Ya biarin rumahnya ambruk, nanti dibuatkan yang bagus sama Pak Gubernur)” saut Mbah Rubini. Ganjar pun memberikan secuil *sterofoam* untuk mengganti gigi sebagai candaan kepada Mbah Rubini.

Isi dalam pemberitaan dari Suara Jateng menggambarkan percakapan Ganjar Pranowo dengan Mbah Rubini yang tidak jumawa dan juga penuh dengan guyonan. Mbah Rubini pun tidak segan untuk “memukul” orang nomor 1 di Jawa Tengah tersebut dalam konteks bercanda. Pemberitaan tersebut tentu akan menggambarkan sosok Ganjar yang memiliki citra baik di mata masyarakat karena Ganjar tidak pandang bulu dalam melayani masyarakat lanjut usia.

### Gambar 1.3

**Berita saat Ganjar Menemui Demonstran Mahasiswa di Depan Kantor Gubernur**

## Cara Jitu Ganjar Tenangkan Demonstran Sampai Ajak Perbaiki Tanaman yang Rusak

Rabu, 25 September 2019 12:07  
Reporter: [Syifa Hanifah](#)

  **732**  
SHARES



Ganjar Pranowo Temui Pendemo. ©2019 Merdeka.com/ Youtube Ganjar

Sumber : merdeka.com (Diakses pada pukul 20.57 WIB, Selasa tanggal 10 Maret 2020)

Berita yang diangkat oleh Merdeka.com pada 25 September 2019 yang berjudul “Cara Jitu. Ganjar Tenangkan Demonstran Sampai Ajak Perbaiki Tanaman yang Rusak”. Ganjar menggunakan kemeja putih dan turut berorasi di atas mobil guna membuat atmosfer pendemo lebih kondusif. Respon Ganjar menjadi sorotan karena beliau tidak menghindar dan mendatangi para pendemo serta memberikan solusi untuk permasalahan yang dihadapi. Poin dari pemberitaan tersebut yaitu Ganjar akan menyampaikan tuntutan rekan mahasiswa kepada DPR RI atau ke pusat yang kemudian dilanjutkan dengan penandatanganan tuntutan dari rekan mahasiswa. Ganjar juga menyampaikan bahwa seperti ini adalah contoh cara demo yang cerdas, yang kemudian diakhiri dengan ajakan untuk memperbaiki taman dan gerbang yang sudah dirusak untuk meminimalisir anggaran perbaikan.

Dengan adanya pemberitaan mengenai Ganjar Pranowo pada beberapa media tersebut, dapat dilihat peran humas Provinsi Jawa Tengah dalam membranding Ganjar Pranowo sebagai Gubernur Egaliter dengan menggunakan beberapa upaya yaitu

dengan menggunakan media media sosial antara lain Instagram, Youtube, Website, dan Twitter.

**Gambar 1.4**  
**Ganjar Pranowo Duduk Lesehan saat memberikan Pengarahan mengenai Pengembangan Pariwisata**



Sumber : Youtube Humas Jateng (Diakses pada pukul 13.34 WIB, Hari Jumat 13 Maret 2020)

**Gambar 1.5**  
**Ganjar Pranowo saat Memperingati Tahun Baru bersama Lansia Pantj Jompo**



Sumber :  
Twitter Humas Jateng (Diakses pada pukul 16.21 WIB, hari Jumat 13 Maret 2020)

Berdasarkan beberapa informasi yang telah didapat dan dijabarkan diatas maka peneliti ingin mengetahui bagaimana peran humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dalam membranding Ganjar Pranowo sebagai gubernur egaliter periode 2018-2019.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasar pada latar belakang masalah yang telah dijabarkan, maka yang akan diteliti pada penelitian ini adalah: “Bagaimana Peran Humas Pemprov Jateng dalam membranding Ganjar Pranowo sebagai gubernur egaliter?”

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana peran Humas Pemprov Jateng dalam membranding Ganjar Pranowo sebagai gubernur egaliter.

## **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan oleh penulis pada penelitian ini yaitu:

### 1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan peran humas Pemprov Jateng dalam membranding gubernur.
- b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan dalam mempertimbangkan mengenai penggunaan media sosial sebagai alat keterbukaan informasi dalam pemerintahan.
- c. Dengan adanya penelitian ini diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi bidang kehumasan dalam mengembangkan pengetahuan Ilmu Komunikasi.

### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat bagi pihak Humas Pemprov Jateng dalam melakukan pengembangan penggunaan media sosial sebagai alat *branding* pemerintah.

## **E. Kerangka Teori**

### **1. Humas Pemerintah**

#### **a. Definisi Humas Pemerintah**

*Public Relations* dalam bahasa Indonesia biasanya disebut dengan Hubungan Masyarakat (Humas). Definisi Humas juga memiliki beragam perspektif, yang mana dalam setiap buku pasti juga memiliki penjelasan yang berbeda mengenai Humas, diantaranya yaitu:

Menurut Scott M. Cutlip, Aleen H. Center, Gleen M. Broom (2000:6), yang mendefinisikan Humas merupakan fungsi manajemen yang digunakan untuk membangun serta menjaga hubungan saling menguntungkan yang terjalin diantara organisasi dengan publiknya dan dijadikan tolak ukur untuk kesuksesan ataupun kegagalan dalam suatu organisasi.

Sedangkan, menurut Onong Ujhana Effendy (1989:294) menjelaskan bahwa humas adalah suatu komunikasi secara dua arah yang dilakukan secara timbal balik diantara suatu organisasi dengan public, baik secara internal ataupun eksternal dalam rangka memberi dukungan pada fungsi serta tujuan dari manajemen organisasi tersebut dengan meningkatkan pembinaan dalam bekerjasama serta pemenuhan kepentingan bersama yang berlandaskan pada rasa saling pengertian dan juga saling percaya.

Pendapat lainnya dari Baskin, Aronoff, dan Lattimore (1997:5) mendefinisikan mengenai humas secara detail bahwa humas adalah alat dari manajemen yang digunakan untuk membantu suatu organisasi untuk mencapai suatu tujuan, merumuskan filosofi pada suatu organisasi, serta menjadi fasilitator dalam adanya perubahan sosial. Pejabat humas diharuskan menjalin komunikasi kepada publiknya baik secara internal ataupun eksternalguna

membangun suatu hubungan yang positif dan menjaga konsistensi dari realisasi antara tujuan dari organisasi dengan harapan dari lingkungan publik

Dari beberapa definisi diatas mengenai humas dapat diartikan bahwa adanya humas dalam suatu instansi pemerintahan adalah sebuah keharusan secara fungsional ataupun secara operasional dalam upaya untuk menyebarluaskan dan mempublikasikan segala kegiatan dan kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah kepada public.

#### **b. Peran Humas Pemerintah**

Secara sederhana, peran dari Humas dapat dijabarkan secara sederhana yaitu sebagai penghubung suatu instansi pemerintah terhadap publiknya baik secara internal maupun eksternal agar dapat menjalin kerjasama dengan baik sehingga dapat mencapai tujuannya.

Peran dari humas dijelaskan oleh Rosady Ruslan (2005:10) yang intinya meliputi :

- 1) Sebagai *Communicator* menjadi penghubung antara instansi dengan publiknya.
- 2) Menjalinkan *relationship*, yakni melakukan upaya dalam membina hubungan yang saling memberikan keuntungan diantara instansi dan publiknya.
- 3) Berperan dalam mem-*backup* manajemen, yakni memberikan dukungan dalam fungsi manajemen dalam suatu instansi.
- 4) Membentuk *corporate image*, mengenai peran humas dalam menciptakan serta mempertahankan citra positif yang ada pada instansi yang dikelolanya.

Sedangkan menurut John D. Millet dalam buku Rosady Ruslan (2001:108) menjelaskan peran dari humas pada dinas ataupun lembaga pemerintahan terdapat beberapa tugas dan kewajiban utamanya, adalah :

- 1) *Learning about public desires and aspiration*, yakni mengamati, mempelajari keinginan, dan aspirasi yang ada dalam masyarakat.
- 2) *Advising the public about what is should desire*, yakni kegiatan yang memberikan nasihat ataupun saran dalam menanggapi sesuatu yang sebaiknya dilaksanakan oleh instansi ataupun lembaga pemerintah seperti apa yang diinginkan oleh public.
- 3) *Ensuring satisfactory contact between public and government official*, yaitu kemampuan dalam mengusahakan terciptanya hubungan baik di antara pejabat pemerintah dengan public.
- 4) *Informing and about what agency is doing*, yaitu memberikan arahan dan informasi mengenai suatu hal yang telah diupayakan oleh pemerintah.

### **c. Tugas Humas Pemerintah**

Tugas merupakan suatu yang wajib untuk dikerjakan dan dilakukan karena merupakan pekerjaan yang menjadi tanggung jawab seseorang. Menurut A. W Widjaja (1997:57) dalam buku yang berjudul “Komunikasi dan Hubungan Masyarakat” menyatakan tugas pokok yang dilakukan oleh humas diantaranya :

- 1) Pengumpulan dan pengolahan data
  - a) Mengumpulkan data guna keperluan informasi
  - b) Mengolahan data
  - c) Menyajikan data yang telah siap untuk digunakan
  - d) Melakukan pengarsipan data hingga dapat digunakan sewaktu-waktu
  - e) Melayani kebutuhan data bagi siapapun yang membutuhkan

f) Membuat kliping yang didapat dari seluruh media massa yang memiliki kaitan dengan instansi.

2) Penerangan

a) Menyebarkan informasi dengan jelas

b) Menjalin hubungan baik dengan media massa melalui siaran pers, konferensi pers, dan wawancara dengan pers

c) Mengadakan rapat kerja yang berhubungan dengan kehumasan

d) Membuat dokumentasi kegiatan yang dilaksanakan oleh instansi mulai dari mendokumentasikan rekaman, foto, pidato, sambutan, serta siaran televisi dalam bentuk video.

e) Menyelenggarakan pameran

f) Memberikan pelayanan informasi dengan menggunakan berita dan kliping

g) Melakukan transkrip rekaman pidato yang kemudian diarsipkan

h) Mengalbumkan foto kegiatan

i) Mengikuti adanya kunjungan kerja pejabat ataupun pimpinan

j) Mengadakan *pers tour* ke obyek yang telah ditentukan

3) Publikasi

a) Menerbitkan berita harian, mingguan, dan juga majalah bulanan baik internal maupun eksternal

b) Menerbitkan buku kerja instansi

c) Menerbitkan kalender kerja untuk instansi

d) Ikut serta dalam menyelenggarakan pameran

Sedangkan menurut Betty Wahyu Nilasari (2012:7) dalam bukunya yang berjudul *Humas Pemerintah* menyatakan bahwa secara garis besar Humas Pemerintah memiliki tugas yaitu :

- 1) *Reputasi dan Citra*, yang mana tugas humas yakni tidak lepas dari reputasi dan citra dari suatu instansi, ini memiliki arti bahwa citra yang positif akan berkaitan dengan tingginya akses public terhadap output dari organisasi tersebut.
- 2) *Jembatan Komunikasi*, humas pemerintah memiliki tugas menjadi komunikator dan mediator dalam penyampaian aspirasi dari masyarakat kepada pemerintah.
- 3) *Mutual Benefit relationship*, humas diharuskan untuk dapat menjamin bahwa pemerintah berada dalam operasinya memiliki niat baik dalam mewujudkan tanggung jawab sosial yang diekspresikan melalui hubungan yang saling menguntungkan antara pemerintah dan juga publik.

Frida Kusumastuti (2002:25) menjabarkan tugas-tugas *Public Relations* yaitu humas sebagai berikut :

- 1) Menginterpretasikan, melakukan analisa, dan membuat evaluasi kecenderungan perilaku public untuk kemudian direkomendasikan kepada pihak manajemen untuk mempertimbangan rumusan kebijakan suatu instansi.
- 2) Mempertemukan kepentingan organisasi dengan kepentingan publiknya sehingga dapat tercipta saling pengertian, menghormati, dan dapat menyanggupi untuk melaksanakan kebijakan yang dibuat oleh instansi.
- 3) Melakukan evaluasi program dari instansi khususnya yang memiliki keterkaitan dengan public.

#### **d. Proses Pelaksanaan Tugas Humas**

Menurut A. W Widjaja (1993:56) dalam buku karangannya yang berjudul Komunikasi dan Hubungan Masyarakat menyatakan bahwa proses yang dilakukan Humas dalam menjalankan tugasnya yaitu :

1) Menyelidiki dan mendengar (*Fact Finding*)

Meliputi penelitian mengenai pendapat, sikap, dan reaksi public, sehingga dapat diketahui mengenai masalah apa saja yang sedang dihadapi oleh public.

2) Mengambil ketentuan dan merencanakan (*Planning*)

Setelah melakukan analisa mengenai pendapat, sikap, dan reaksi public mengenai masalah apa yang sedang dihadapi lalu diintegrasikan atau diserahkan dengan menggunakan kebijakan dan kegiatan organisasi.

3) Melaksanakan Komunikasi (*Communicating*)

Rencana yang telah disusun nantinya akan dikomunikasikan dengan semua pihak yang memiliki keterkaitan dengan rencana tersebut dengan menggunakan metode yang sesuai

4) Penilaian (*Evaluation*)

Dinilai dari segi berhasil atau tidaknya, apa sebabnya, dan apa yang telah dicapai, apa faktor yang mendukung keberhasilan tersebut, dan apa faktor yang menghambat berjalannya upaya tersebut.

#### **2. Media Publikasi Humas**

Dalam melakukan penyebaran informasi dan juga berita, humas perlu menyiapkan strategi yang baik mengenai pemilihan media serta cara pengelolaan media sehingga dapat dimanfaatkan dan memberikan hasil yang efektif dan juga efisien sesuai dengan apa yang diharapkan. Pemilihan media yang sesuai dengan target sasaran public sangatlah penting

karena disetiap media tentu memiliki segmentasi penggunanya sendiri. Media massa tentu juga memiliki karakter pemberitaan yang berbeda-beda.

#### **a. Jenis-jenis Publikasi**

##### 1) Publikasi lembaga dengan kegiatan yang tidak langsung.

Kegiatan yang tidak langsung merupakan suatu kegiatan yang melakukan komunikasi dengan publiknya melalui media perantara. Media perantara tersebut seperti halnya radio, media cetak, televisi, pameran, dan melalui media sosial.

##### 2) Publikasi lembaga dengan kegiatan secara langsung.

Indrioko (2015) mengatakan kegiatan langsung yaitu kegiatan yang dilaksanakan secara langsung tanpa menggunakan media perantara dan dapat dilakukan dengan cara tatap muka. Contohnya seperti dengan melaksanakan rapat bersama, konsultasi dengan tokoh – tokoh masyarakat, pameran, bazar disekolah, hingga ceramah.

#### **b. Media Publikasi**

Humas diharapkan memiliki peran dalam menyeimbangkan berbagai informasi agar tidak merugikan kepentingan dan rencana instansi karena berkaitan dengan nama baik dan juga eksistensi instansi. Dalam mewujudkan harapan tersebut maka instansi memerlukan adanya humas yang bersifat proaktif serta kreatif dalam bidangnya. Dalam kegiatan publikasi tentunya humas harus mengetahui target pasarnya yang nantinya akan dijadikan target dalam publikasi sehingga apa yang akan disampaikan dapat tepat sasaran. Berikut merupakan media yang digunakan oleh humas dalam melaksanakan publikasi. Menurut Betty Wahyu Nila Sri (2012) dalam buku “Humas Pemerintah” yaitu :

##### 1) Surat kabar

Surat kabar adalah media publikasi utama yang dapat mempengaruhi pembaca, mempengaruhi opini public, muncul dengan teratur dan juga secara intensif meliputi berita local serta regional.

## 2) Majalah

Majalah adalah media yang penting dalam memberikan hasil suatu gagasan serta publisitas bergambar. Majalah menyediakan ruang untuk menjabarkan suatu kisah secara tuntas, biasanya digunakan untuk artikel pendidikan ataupun layanan masyarakat. Tampilan majalah lebih menarik dengan kertas yang cover berkualitas serta warna yang pantas digunakan dalam publisitas.

## 3) Siaran Radio

Siaran radio memiliki kemampuan dalam menjangkau khalayak tanpa adanya kesulitan. Kemampuan yang digunakan untuk menjangkau pendengar di segenap penjuru tanah air tanpa adanya kesulitan yang disebabkan karena letak geografis ataupun jarak siaran radio, hingga semua orang dapat mengikuti dalam hal pemenuhan kebutuhan informasi.

## 4) Siaran Televisi

Siaran televisi memiliki fungsi untuk menyebarluaskan berita dan informasi. Keunggulan siaran televisi yaitu dengan dapat terjangkau di seluruh lapisan masyarakat dan memiliki daya tarik tersendiri dengan adanya media *audio-visual*

## 5) *News Letter*

*News Letter* merupakan bentuk dari publikasi dari suatu kegiatan yang dilakukan oleh suatu instansi atau organisasi yang ditujukan kepada internalnya. *News letter* dapat bersifat khusus, yaitu berisikan mengenai informasi yang tidak dapat ditemukan di buku, media massa, dan *news letter* lainnya.

Terdapat beberapa media publikasi yang digunakan oleh humas dijelaskan dalam media cetak. Media cetak adalah media untuk menyampaikan informasi serta media penghibur yang berupa lembaran – lembaran dengan sejumlah foto, kata,

maupun gambar dengan berbagai warna. Abbas&Pasallo (2013) mengatakan media cetak dapat dijadikan suatu dokumen yang dapat mempublikasikan suatu rekaman pada suatu peristiwa atau foto yang diabadikan oleh jurnalis yang kemudian dilakukan proses editing sehingga layak untuk dipublikasikan kepada publiknya.

Kelebihan yang dimiliki media cetak yaitu dapat menjangkau setiap lapisan di masyarakat dengan berbagai generasi, akan tetapi media hanya terjadi komunikasi secara satu arah saja.

### 1) Media Elektronik

Wahyuni (2018) mengatakan bahwa media elektronik yang dimaksudkan yaitu televisi dan juga radio. Indikasi keberhasilan menggunakan media elektronik sangat bergantung dengan cara olahan program yang tepat, sehingga penonton dapat dapat mengerti mengenai pokok-pokok permasalahan yang disajikan. Adanya publikasi menggunakan media elektronik dapat dilakukan melalui berbagai acara yaitu ceramah umum, wawancara, humor, sandiwara, diskusi, kegiatan pentas seni, dan lainnya. Sedangkan radio memiliki keunggulan yang mana tidak dipengaruhi adanya faktor komunikator, seperti halnya tingkahlaku saat menyampaikan informasi, jangkauan lebih luas, serta dapat dibantu menggunakan latar belakang music.

### 2) Media Sosial

Menurut Griessner (2102) media sosial merupakan *“Websites and applications that enable users to create and share content or to participate in social networking”* yang mana media sosial telah hadir dalam merubah pandangan berkomunikasi pada masyarakat mengenai komunikasi yang tak terbatas ruang, waktu, jarak. Dwi & Watie (2011) mengatakan bahwa masyarakat dapat melakukan komunikasi dimana saja dan kapanpun tanpa harus saling bertatap muka. Media sosial yang kini hadir antara lain Youtube, Twitter, Facebook,

Inatagram, dan semacamnya sehingga menganggap jarak bukanlah suatu masalah dalam melakukan komunikasi.

### 3. Personal Branding

#### a. Definisi Personal Branding

Pengertian *personal branding* menurut Haroen (2014:19) bahwa *personal branding* merupakan proses pembentukan persepsi pada masyarakat terhadap berbagai aspek yang telah dimiliki seseorang, contohnya seperti kemampuan, nilai-nilai, kepribadian, serta bagaimana komponen tersebut dapat membuat persepsi yang baik dari masyarakat yang dapat digunakan untuk alat pemasaran.

Sehingga dapat dirangkum bahwa *Personal Branding* merupakan merk yang terdapat dalam pribadi seseorang yang berada dibenak orang lain, yang nantinya akan menjadikan pandangan seseorang secara beda dan juga unik. *Personal branding* memiliki pengaruh terhadap kepercayaan orang lain.

#### b. Karakteristik Personal Branding

Menurut Mc Nally and Speak (2004:21) bahwa *personal brand* adalah persepsi yang tertanam dibenak orang lain, yang bertujuan agar public memiliki pandangan yang positif terhadap seorang tersebut sehingga dapat berlanjut pada kepercayaan dan juga loyalitas. Karakteristik personal branding adalah :

- 1) Memiliki ciri khas, *personal branding* yang kuat mencerminkan mengenai nilai dan ide yang berbeda dengan orang lain. Keunikan ini dapat berbentuk berupa kepribadian, penampilan fisik, ataupun keahlian.
- 2) Relevan, *personal brand* berkaitan dengan karakter seseorang dalam menjelaskan mengenai apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Oleh karena itu seseorang yang relevan dengan masyarakat akan dengan mudah dalam melebur dengan orang lain.

- 3) Konsisten, dalam menjalankan *personal branding* perlu dilakukan secara konsisten sehingga orang lain dapat mengidentifikasi secara mudah dan terbentuk suatu keunggulan.

#### **c. Manfaat Personal Branding**

Menurut Haroen (2014), manfaat yang diperoleh dengan membangun *personal branding* adalah :

- 1) Membangun diferensiasi. Memiliki perbedaan dengan yang lain merupakan hal yang penting dalam keberhasilan *personal brand*.
- 2) Membangun *positioning*. Dalam persaingan apapun *positioning* berperan dalam menentukan kemenangan. Suatu *Brand* yang dibangun dengan proses *branding* tentu menentukan posisi seseorang dari pesaingnya yang lain.
- 3) Memperkuat persepsi *brand* yang tertanam dalam benak masyarakat.
- 4) Menjembatani adanya kepercayaan agar orang dapat menilai anda positif.
- 5) Menjadikan pesan kepada public bahwa kehadiran Anda merupakan solusi untuk permasalahan yang dihadapi public.

#### **d. Elemen Personal Branding**

Guna membangun *personal brand* diperlukan beberapa elemen yang saling terintegrasi dan dibangun secara bersamaan. Personal Branding menurut Montoya & Vandehey (2008) dapat dikategorikan menjadi tiga elemen yakni :

##### 1) You

Seseorang itu sendiri. Seseorang bisa membentuk *personal branding*nya dengan menggunakan metode komunikasi yang dirancang dengan baik dalam menyampaikan dua hal pada target marketnya yakni :

- a) Siapakah seseorang yang menjadi suatu pribadi?

b) Spesialisasi apakah yang dilakukan orang tersebut?

*Personal branding* merupakan gambaran tentang apa yang masyarakat lihat dan pikir mengenai seseorang. Hal itu mencerminkan kepribadian, nilai, keahlian, serta kualitas dalam seseorang yang membuatnya berbeda dengan orang yang lain.

2) Promise

*Personal brand* merupakan janji dan tanggung jawab dalam memenuhi harapan yang muncul di masyarakat akibat adanya *personal brand* itu sendiri.

3) Relationship

*Personal branding* yang baik tentu akan mampu unik menciptakan hubungan yang baik pula dengan klien, semakin banyak atribut yang diterima oleh seseorang tentu akan semakin tinggi tingkat kekuasaan pada seseorang, dengan semakin baik relasi seseorang akan menunjukkan *personal branding* seseorang tersebut.

#### **e. Konsep Personal Branding**

Menurut Peter Montoya (2002) terdapat delapan konsep yang menjadi suatu acuan dalam membangun *personal branding* dari seseorang :

1) Spesialisai (The Law of Specialization)

Ciri khas dari suatu *personal brand* yang baik yaitu ketepatan dengan spesialisasi, terkonsentrasi pada sebuah keahlian, kekuatan, ataupun pada suatu pencapaian. Suatu spesialisasi dapat dilakukan dengan cara - cara, yaitu :

a) *Ability*, misalnya pada sebuah visi yang dinilai strategik serta berprinsip awal yang baik.

- b) *Behavior*, misalnya pada kemampuan dalam memimpin, kemampuan atau kedermawanan dalam mendengarkan.
- c) *Lifestyle*, misalkan hidup didalam kapal, tidak dirumah seperti layaknya orang-orang.
- d) *Mission*, misalkan dengan melihat orang yang melebihi pandangan mereka sendiri.
- e) *Product*, misal futurist telah menciptakan sesuatu tempat kerja yang terlihat menakjubkan.
- f) *Profession (niche within niche)*, misalkan pelatih kepemimpinan namun juga merupakan seorang psychotherapist.
- g) *Service*, misalkan konsultan yang juga bekerja sebagai *non-executive director*.

## 2) Kepemimpinan (The Law of Leadership)

Masyarakat tentu membutuhkan pemimpin yang bisa memutuskan suatu situasi yang penuh ketidak pastian yang kemudian memberikan arahan secara jelas agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. *Personal brand* yang sudah dilengkapi dengan kekuasaan serta kredibilitas akan mampu untuk memposisikan sosok pemimpin yang terbentuk dari adanya kesempurnaan seseorang.

## 3) Kepribadian (*The Law of Personality*)

*Personal brand* yang hebat tentu dibentuk dengan kepribadian yang sederhana dan apa adanya, serta hadir dari ketidaksempurnaannya . Dimana seseorang diharuskan untuk mempunyai suatu kepribadian yang baik tetapi tidak diharuskan untuk menjadi sempurna.

## 4) Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*)

*Personal brand* yang dinilai efektif yaitu dengan cara menampilkan perbedaan diri dengan orang lain. Ahli pemasaran banyak memilih konsep yang sama guna menghindari konflik. Namun sebenarnya apa yang dilakukan adalah suatu kesalahan karena merk mereka akan tidak dikenal karena banyaknya konsep yang sama pada pasaran.

#### 5) The Law of Visibility

*Personal brand* akan berhasil jika dapat disaksikan secara terus - menerus dan konsisten sampai dengan *personal brand* itu sendiri dapat dikenal. Maka dari itu *visibility* lebih penting dari *ability*. Oleh karena itu seseorang perlu memasarkan dirinya pada setiap kesempatan yang ditemui.

#### 6) Kesatuan (The Law of Unity)

Kehidupan pribadi dibalik adanya *personal brand* perlu sejalan dengan etika dan moral sesuai yang telah ditetapkan dalam pembentukan *personal brand*. Kehidupan pribadi dapat dijadikan sebagai cerminan sebuah citra baik yang ingin digambarkan dalam suatu *personal brand*.

#### 7) Keteguhan (The Law of Persistence)

Membentuk *personal brand* membutuhkan waktu untuk dapat tumbuh, dan pada proses tersebut diperlukan adanya perhatian terhadap setiap tahapan dan juga tren yang dapat dimodifikasi dengan adanya iklan atau *public relations*. Seseorang tersebut harus tetap teguh pada pendirian dalam membentuk suatu *personal brand* tanpa ada pikiran untuk merubahnya.

#### 8) Nama Baik (The Law of Goodwill)

*Personal brand* akan adapat berthana lama jika seseorang tersebut dapat dipersepsikan secara positif dan diasosiasikan dengan sebuah nilai dan ide yang dapat diakui secara umum positif dan juga bermanfaat.

#### 4. Egaliter

Egaliter secara etimologi atau bahasa, berasal dari bahasa Perancis yaitu *Egal*, *Egalite*, atau *Egalitaire* yang memiliki arti sama, tidak ada perbedaan. Pengertian egaliter adalah persamaan derajat pada setiap manusia di hadapan Tuhan tanpa membedakan kedudukan, kekayaan, ras, keturunan, golongan, dan lainnya.

Penjelasan mengenai egaliter terdapat dalam jurnal yang ditulis oleh Hayat dengan judul “Konsep Kepemimpinan dalam Reformasi Birokrasi: Aktualisasi Pemimpin dalam Pelayanan Publik Menuju *Good Governance*” mengemukakan bahwa :

Pemimpin egaliter merupakan seorang pemimpin yang dapat mendudukkan serta memosisikan diri sebagai bagian dari rakyat yang tidak memberi sekat antara pemimpin dan yang dipimpin. Gaya kepemimpinan egaliter memiliki pola populis atau merakyat yang dilakukan dalam kondisi serta situasi apapun, kapanpun, dan dimanapun seperti apa yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW yang berorientasi pada kepentingan rakyatnya. Pemimpin egaliter adalah pemimpin yang rendah hati, serta tidak pernah menempatkan dirinya sebagai petinggi ataupun golongan yang elit dan tidak dapat dijangkau oleh bawahannya. Gaya kepemimpinan egaliter menyelesaikan problematika masyarakat secara langsung dimana pemimpin turun langsung dalam mengetahui, menganalisa, memahami, serta mencari solusi yang realistis. Adanya pengawalan yang minim pada pemimpin membuat masyarakat lebih leluasa dalam menyampaikan aspirasinya, sehingga apa yang diresahkan oleh masyarakat dapat tersampaikan kepada pemimpinnya.

## 5. Penelitian Terdahulu

Peneliti menyadari bahwa dalam melakukan penelitian perlu adanya tinjauan pustaka yang berasal dari penelitian sebelumnya. Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini;

- a) Skripsi Abdul Mukhlis Arofi yang berjudul *Strategi Government Public Relations* Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam Mengelola Isu Publik (2018). Penelitian ini mencoba menjelaskan bagaimana strategi government public relation Kementerian Komunikasi dan Informatika atau Kemenkominfo dalam mengelola isu publik di masyarakat dan media apa saja yang digunakan dalam pengelolaan isu tersebut. Latar belakang penelitian ini adalah keterbukaanya media pemerintahan sehingga banyaknya isu yang cenderung menyerang pemerintah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan teori Manajemen Isu. Hasilnya, stratagi government public relation mengelola isu publik memanfaatkan media beritagar.id pada tahap monitoring media dan IMM.Today sebagai alat analisis pada tahap analisis. Lalu di tahap strategi, diadakannya rapat penajaman isu antara government public relation kominfo dan juga kementerian atau lembaga terkait. Selanjutnya pada tahap implementasi, terdapat forum diskusi wartawan yaitu FMB 9. Tahap terakhir yaitu evaluasi, *Government Public Relations* melakukan monitoring media dan tujuannya untuk melihat efektif atau tidaknya FMB 9. Kesimpulannya, Government public relation kemkominfo dalam pengelolaan isu publik telah baik. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah terletak pada fokus penelitiannya. Penelitian ini fokus pada strategi yang dilakukan government

public relation dalam mengelola isu, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan hanya membahas mengenai peran humas pemerintah yang berkaitan dengan pembangunan citra diri atau branding.

- b) Skripsi Dolly Indra Syachputra yang berjudul Peran Humas dalam Membangun Citra Pemerintahan Sumatera Utara (2018). Penelitian ini membahas mengenai bagaimana peran humas pemerintah Sumatera Utara dalam membangun citra pemerintahan di mata masyarakat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dan teori yang digunakan ialah teori komunikasi, kehumasan, dan citra. Hasil penelitian ini ialah peran humas pemerintah dalam membangun citra pemerintah provinsi Sumatera Utara ialah sebagai penasihat ahli, pemecah masalah dan juga fasilitator komunikasi. Kesimpulannya, peran humas pemerintah provinsi Sumatera Utara pun telah baik dalam menjalankan peran untuk membangun citra pemerintah Sumatera Utara. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah pada citra atau branding yang akan dibangun. Penelitian ini fokus membangun citra pemerintah provinsi secara keseluruhan. Sedangkan, penelitian yang akan dilaksanakan peneliti fokus membangun citra atau branding Ganjar Pranowo sebagai Gubernur Egaliter.
- c) Skripsi Dio Alif Utama dengan judul Strategi Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Palembang (2018). Penelitian ini berfokus pada humas Pemerintah Kota Palembang dan juga masyarakat yang tinggal di Kota Palembang. Penelitian ini membahas mengenai strategi komunikasi humas yang diterapkan oleh pemerintahan Kota Palembang dalam membangun komunikasi yang baik dengan masyarakat.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitiannya ialah dalam membangun citra yang baik dimata masyarakat, humas pemerintah kota Palembang membangun komunikasi yang baik dengan pendekatan personal. Beberapa hal yang dilakukan ialah jumpa pers, konferensi pers, dan juga media gathering. Humas pemerintah kota Palembang pun memiliki hambatan yaitu keterlamabatanya penerimaan dan penyebaran informasi yang benar mengenai pemerintahan kota Palembang kepada masyarakat. Sehingga, media telah menyebarkan informasi terlebih dahulu dan kadang informasi tersebut tidak benar. Penelitian ini fokus membangun citra pemerintah kota Palembang secara keseluruhan. Sedangkan, penelitian yang akan dilaksanakan peneliti fokus membangun citra atau branding Ganjar Pranowo sebagai Gubernur Egaliter.

- d) Skripsi Muhamad Dzaki Mubarak dengan judul Peran Humas Pemerintah Kota Depok dalam Mensosialisasikan *Tagline* "Depok Friendly City" (Mubarak, 2020). Penelitian ini hendak membahas mengenai peran humas pemerintahan Kota Depok dalam mensosialisasikan tagline Depok Frindly City agar kebijakan pemerintah Kota Depok dapat diterima masyarakat dan diimplementasikan secara luas sesuai dengan kebutuhannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif dan teori yang digunakan adalah teori peran humas dari Dozier. Hasil penelitian ini bahwa humas pemerintah Kota Depok memiliki peran sebagai sosialitator, menjaga citra baik pemerintah Kota Depok dan juga penyedia insight masyarakat kepada pemerintah Kota Depok. Perbedaan penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan peneliti terdapat pada objek penelitian.

Penelitian ini fokus pada peran humas pemerintah Kota Depok dalam sosialisasi kebijakan pemerintah Kota Depok, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan hanya membahas mengenai peran humas pemerintah yang berkaitan dengan pembangunan citra diri atau branding.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini nantinya akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata secara tertulis atau lisan yang diperoleh dari nara sumber maupun kejadian yang dapat diamati secara langsung dan tidak langsung.

Definisi dari penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2005:21) menyatakan metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan ataupun menganalisis suatu hasil penelitian namun tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana peran humas pemerintah Provinsi Jawa Tengah dalam branding Gubernur egaliter.

### **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah yang beralamat di Jalan Pahlawan No. 9, Mugassari, Kec. Semarang Selatan, Kota Semarang, Jawa Tengah (50249)

### **3. Informan Penelitian**

Informan penelitian merupakan orang yang nantinya akan dimanfaatkan sebagai pemberi informasi yang terkait pada penelitian. Pemilihan informan dengan *purposive sampling* berdasarkan pada kriteria informan yang dipilih oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Informan Pertama (Humas Pemerintah Jawa Tengah)

Informan pertama dalam penelitian ini yaitu orang yang memiliki jabatan dalam instansi Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. Informan tersebut merupakan seseorang yang memiliki peranan penting dalam bidang yang berhubungan dengan branding menggunakan media baru atau selaku Kepala Sub Bagian Publikasi dan Hubungan Media di jajaran Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2019. Informan tersebut dirasa mengerti dan paham mengenai bagaimana peran humas dalam membranding gubernur. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan proses pencarian data yaitu berupa hasil wawancara, dokumentasi kegiatan liputan, dan juga arsip data. Berikut merupakan kriteria informan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Memahami mengenai konsep dan implementasi dalam *personal branding*.
- 2) Berhubungan dan berperan langsung dalam pelaksanaan *branding* Gubernur Ganjar Pranowo.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan pihak yang dianggap memiliki kaitan dengan penelitian ini guna mendukung adanya pengumpulan data. Pihak yang nantinya akan diwawancarai adalah Bapak Akhsin Dzulqarnain, Selaku Kasubbag Publikasi dan Hubungan Media Humas Pemerintah Jawa Tengah tahun 2019.

b. Informan Kedua

Informan kedua yang dipilih dalam penelitian ini adalah seseorang yang turut mengetahui dan mengikuti media sosial yang dimiliki oleh Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah yaitu antara lain *Twitter*, *Instagram*, *Youtube* dalam hal ini yang dimaksudkan adalah followers dan subscribers dari media sosial milik Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah yang aktif. Berikut merupakan kriteria informan dalam penelitian ini :

- 1) Pengikut minimal dua akun milik Humas Pemerintah Jawa Tengah dan Ganjar Pranowo.
- 2) Pernah melakukan pengaduan melalui media layanan ataupun komentar dalam media sosial Humas Pemerintah Jawa Tengah dan Ganjar Pranowo.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan pihak yang dianggap memiliki kaitan dengan penelitian ini guna mendukung adanya pengumpulan data. Pihak yang nantinya akan diwawancarai adalah masyarakat yang aktif mengikuti akun media sosial Humas Pemerintah Jawa Tengah serta pernah melakukan pengaduan.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

##### a. Wawancara Mendalam (*Indepth Interview*)

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam guna memperoleh informasi yang mendalam mengenai peran humas Pemprov Jateng dalam membranding Ganjar Pranowo sebagai Gubernur egaliter periode 2018-2019. Menurut Estberg (Dikutip dalam buku Sugiono:2015:317) bahwa wawancara merupakan pertemuan antara dua orang yang berfungsi untuk saling bertukar informasi dan juga ide melalui adanya tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topic tertentu.

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan jika peneliti ingin memperoleh informasi dari responden secara mendalam. Peneliti memilih beberapa informan yang berkompeten serta memiliki informasi mengenai objek penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian. Berikut merupakan kriteria informan yang dipilih yaitu Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah sebagai informan yang

memiliki pengetahuan dan berperan dalam membranding Ganjar Pranowo sebagai Gubernur egaliter..

a. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang telah lampau. Dokumen biasanya berbentuk gambar, tulisan, ataupun karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan contohnya seperti catatan harian, peraturan kebijakan,. Dokumen yang berbentuk gambar seperti foto, sketsa, dan lainnya. (Sugiyono:2015:317)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dokumen yang memiliki kaitan dengan peran Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dalam membranding Ganjar Pranowo sebagai Gubernur egaliter yaitu menggumpulkan informasi dengan dokumentasi. Dapat berupa berkas-berkas data yang diperlukan ataupun dokumentasi berupa video dan juga foto.

## 5. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam suatu penelitian kualitatif menurut Bogdan (dalam Sugiyono, 2013:244) mengemukakan bahwa analisis data merupakan proses untuk mencari serta menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, serta bahan – bahan yang lain sehingga dapat dengan mudah untuk dipahami dan memberikan informasi yang bermanfaat bagi orang lain. *Qualitative Research* memiliki tujuan untuk memperoleh gambaran mengenai suatu hal menurut pandangan dari peneliti yang tidak dapat diukur dengan menggunakan metode kuantitatif. Analisis data yang berfokus pada peran humas dalam melakukan branding kepada Ganjar Pranowo sebagai gubernur egaliter periode 2018-2019. Data pada penelitian ini akan diperoleh dengan menggunakan teknik wawancara serta studi dokumentasi.

Menurut Miles dan Huberman, dalam Sugiono (2015:366) ada tiga teknik analisis data kualitatif yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan. Teknik

ini akan terus dilakukan selama penelitian berlangsung bahkan sebelum keseluruhan data terkumpul

### **1) Reduksi Data**

Reduksi data adalah salah satu teknik analisis data kualitatif yang merupakan bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, dan membuang yang tidak diperlukan serta mengorganisasikan data sedemikian rupa sehingga dapat memberikan kemudahan kepada penulis dalam menghasilkan kesimpulan akhir.

### **2) Penyajian Data**

Penyajian data yaitu kegiatan penarikan kesimpulan atas informasi yang bersumber dari data yang terkumpul. Bentuk dari penyajian data kualitatif yaitu berupa matriks, grafik, bagan, jaringan, serta narasi yang akan memberikan kemudahan kepada penulis dalam memahami apa yang terjadi yang kemudian mengetahui perencanaan yang harus dilakukan.

### **3) Penarikan Kesimpulan**

Dari semua tahap yang dilakukan, nantinya akan menghasilkan penarikan kesimpulan yaitu berupa hasil dari penelitian yang nantinya dapat digunakan sebagai pengambilan tindakan yang mudah dipahami dan memiliki manfaat dalam bidang keilmuan.

## **6. Uji Validitas Data**

Uji validitas data merupakan derajat ketepatan pada data yang telah diperoleh dari lapangan terhadap realitas sesungguhnya yang ada dilapangan. uji validitas ini digunakan untuk meningkatkan derajat kepercayaan terhadap data yang telah disampaikan. Di sisi lain, uji validitas data merupakan alat yang digunakan untuk mengukur ketepatan dimana alat ukur yang valid tentunya akan menghasilkan data yang tepat dan cermat mengenai data tersebut. Menurut Azwar (1986) bahwa alat ukur yang valid akan memiliki tingkat kesalahan yang kecil maka dari itu data yang dihasilkan dapat dipercaya sebagai data yang sebenarnya atau yang mendekati keadaan yang sebenarnya.

Pada penelitian kualitatif teknik keabsahan data menggunakan trianggulai data. Trianggulasi data merupakan analisis jawaban pada subjek dengan cara meneliti kebenaran secara data empiris dan lainnya yang sekiranya tersedia. Jawaban subje di lakukan *cross check* dengan dokumen lain yang ada (Ruslan, 2010:234). Terdapat beberapa macam model trianggulasi yakni :

a. Trianggulasi Sumber

Model trianggulasi sumber yang membandingkan atau mengecek ulang suatu derajat kepercayaan kepada informasi yang didapatkan dari sumber yang berbeda. Misalkan membandingkan hasil dari pengamatan dengan menggunakan wawancara, ataupun membandingkan apa yang dikatakan oleh masyarakat umum dengan apa yang telah dikatakan dalam wawancara secara pribadi.

b. Trianggulasi Waktu

Perubahan dalam suatu proses juga perilaku manusia pada setiap waktu sering berubah-ubah. Itu artinya peneliti perlu melakukan observasi tidak hanya sekali saja.

c. Trianggulasi Teori

Pada model trianggulasi teori ini memanfaatkan adanya dua atau lebih teori yang dijadikan pembanding untuk keperluan rancangan penelitian, pengumpulan data, serta analisis data secara lebih lengkap agar memiliki hasil yang lebih komperensif.

d. Trianggulasi Teknik

Trianggulasi teknik ini merupakan suatu usaha untuk mengecek keabsahan data dan temuan penelitian, maka trianggulasi teknik ini dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data dalam memperoleh hal yang sama.

Penelitian kali ini menggunakan triangulasi sumber sebagai teknik dalam melakukan uji keabsahan data dalam penelitian. Triangulasi sumber membandingkan atau mengecek ulang mengenai derajat kepercayaan suatu informasi yang didapatkan dari sumber berbeda. Misalnya dengan melakukan perbandingan hasil pengamatan dengan cara wawancara, atau membandingkan mengenai apa yang dikatakan oleh masyarakat umum dengan apa yang dikatakan saat melakukan wawancara secara pribadi (Ruslan, 2010:234).

Peneliti menggunakan model triangulasi sumber karena peneliti melakukan pengecekan ulang mengenai derajat kepercayaan dengan menggunakan cara sebagai berikut :

- a. Dengan membandingkan hasil dari wawancara dengan isi pada suatu dokumen yang berkaitan.
- b. Membandingkan suatu keadaan dan perspektif seseorang melalui berbagai pendapat seperti masyarakat, orang berkompeten dibidangnya yang ada dalam pemerintahan.

## **G. Sistematika Penulisan**

Guna memperoleh tulisan yang sistematis serta memberikan kemudahan dalam memahami pembahasan skripsi, maka skripsi ini dibagi dalam sub bab sebagai berikut, beserta dengan penjelasannya :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, kajian teori, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

Menjelaskan mengenai kondisi umum pada Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah yang juga menjelaskan mengenai visi dan misi, tugas dan fungsi humas, struktur organisasi dan *job desk* humas.

### **BAB III SAJIAN DATA**

Bab ini menjelaskan mengenai data yang telah didapatkan terkait dengan aktivitas Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dalam melakukan *branding* terhadap Ganjar Pranowo sebagai Gubernur Egaliter. Bab ini terdiri dari hasil penelitian berupa wawancara serta dokumentasi melalui analisis deskriptif kualitatif.

#### **BAB IV SARAN DAN KESIMPULAN**

Bab ini berisikan mengenai kesimpulan, saran, sekaligus sebagai penutup skripsi. Kesimpulan tersebut dari deskripsi hasil penelitian dan pembahasan yang telah didapatkan pada bab tiga.