

MANAJEMEN HUMAS INSTANSI NEGARA DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN PUBLIK

Thoriq Zacky

Manajemen Pendidikan Islam. Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
mthoriqzackyhabibie@gmail.com

ABSTRACT

This study analyzes public relations management practices in increasing public trust in the House of Representatives of the Republic of Indonesia (DPR RI). A qualitative approach is employed using a case study of the DPR RI. Data are collected through the analysis of relevant documents, including official reports, public communications, and institutional publications. The findings reveal that the DPR RI's public relations management involves a proactive communication strategy that emphasizes transparency, engagement with stakeholders, and the use of digital media to reach the public effectively. However, several challenges are encountered in its implementation. These challenges include maintaining consistent communication with the public, managing sensitive or controversial issues, and enhancing public participation in legislative processes. These obstacles highlight the need for strategic communication planning and a responsive approach to public concerns. This research contributes to a deeper understanding of the role of public relations management in building and sustaining public trust in legislative institutions. It emphasizes that well-managed communication can serve as a powerful tool to improve the image, transparency, and accountability of the DPR RI. The insights gained from this study may also serve as a reference for other public institutions aiming to strengthen their relationships with the public through effective communication practices.

Keywords: *Image, Governance, Public Relations*

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji manajemen hubungan masyarakat dalam upaya meningkatkan kepercayaan publik terhadap DPR RI dengan pendekatan kualitatif melalui studi kasus. Data diperoleh dari analisis dokumen seperti laporan resmi, komunikasi publik, dan publikasi institusional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa DPR RI menerapkan strategi komunikasi proaktif yang menekankan transparansi, keterlibatan pemangku kepentingan, dan pemanfaatan media digital. Meski demikian, terdapat beberapa tantangan, seperti menjaga konsistensi komunikasi, mengelola isu-isu sensitif, serta meningkatkan partisipasi publik dalam proses legislasi. Temuan ini menegaskan pentingnya perencanaan komunikasi yang strategis dan responsif terhadap aspirasi masyarakat. Manajemen hubungan masyarakat yang baik berperan penting dalam membangun citra positif, meningkatkan transparansi, dan memperkuat akuntabilitas DPR RI. Studi ini juga memberikan wawasan yang dapat dijadikan acuan bagi lembaga publik lainnya dalam memperkuat hubungan dengan masyarakat melalui komunikasi yang efektif.

Kata-Kata Kunci: Citra, Tata kelola, Humas

PENDAHULUAN

Situasi politik di Indonesia saat ini ditandai oleh maraknya kasus Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme (KKN) yang mengguncang instansi pemerintah. Beberapa kasus yang menyita perhatian publik antara lain kasus Wisma Atlet, korupsi Bantuan Sosial di masa sulit COVID-19, dan yang terakhir menjadi cibiran masyarakat adalah kasus pembangunan BTS 4G yang dilakukan oleh MENKOMINFO. Menteri Dalam Negeri, Prof. Drs. H. Muhammad Tito Karnavian, M.A., Ph.D., melaporkan bahwa sebanyak 297 kepala daerah, termasuk gubernur, bupati, dan wali kota, telah masuk penjara karena melakukan pelanggaran hukum, termasuk tindak pidana korupsi. Tidak hanya itu, sekitar 2.000 anggota DPRD dan PNS di seluruh negeri juga terjerat kasus hukum dan dipenjara.

Penulis berpendapat bahwa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah hampir tidak ada lagi. Salah satu penyebab utama adalah kegagalan manajemen humas pemerintah dalam mengatasi permasalahan ini serta tidak adanya transparansi yang harmonis antara pemerintah sebagai pemegang kebijakan dengan seluruh elemen masyarakat non-government. Dalam persoalan ini, titik terang terbaik adalah bagaimana pemerintah dapat membangun citra yang positif di mata masyarakat.

Pengertian Manajemen Humas adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik serta saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya. Pada dasarnya, hubungan masyarakat (humas) adalah bidang atau fungsi tertentu yang dibutuhkan oleh setiap organisasi, baik organisasi komersial (perusahaan) maupun organisasi non-komersial. Hubungan masyarakat pada intinya adalah komunikasi (Sholihah, 2018:73), namun interaksinya berbeda dari jenis kegiatan komunikasi lainnya (Syahputra, Hendra, dan Hidayat, 2018:27).

Karakteristik penting dari hubungan masyarakat adalah bahwa humas merupakan rangkaian kegiatan yang diorganisasi secara terpadu sebagai kampanye atau program yang berkesinambungan dan teratur. Kegiatan humas sama sekali tidak dapat dilakukan secara sembarangan atau bersifat amatiran. Tujuan utama humas adalah memastikan bahwa niat baik dan kiprah organisasi senantiasa dimengerti oleh seluruh pihak yang berkepentingan, atau yang lazim disebut sebagai khalayak atau publik (Sholihah, 2018:75).

KAJIAN LITERATUR

Pengertian Manajemen Humas

Hubungan Masyarakat (Humas) atau Public Relations (PR) merupakan suatu upaya yang dilakukan secara sengaja, direncanakan, dan berkesinambungan untuk menciptakan serta memelihara hubungan yang harmonis dan saling pengertian antara suatu lembaga atau organisasi dengan masyarakat. Humas adalah perpaduan antara seni dan ilmu sosial yang bertujuan menganalisis kecenderungan, memprediksi dampaknya, memberikan masukan kepada pimpinan, serta melaksanakan program terencana demi kepentingan bersama antara lembaga dan publiknya.

Sebagai bagian dari fungsi manajemen, Humas tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga mendidik, meyakinkan, membangun citra positif, serta menjalin komunikasi dua arah—baik dengan publik internal maupun eksternal. Dalam praktiknya, Humas bukan merupakan alat politik atau sekadar media promosi, melainkan alat strategis

manajerial yang dapat memanfaatkan teknik komunikasi seperti jurnalistik dan periklanan untuk mencapai efektivitasnya.

Secara historis, praktik manajemen Humas mulai dikenal sejak tahun 1906, ketika terjadi krisis besar akibat pemogokan buruh di industri batu bara Amerika Serikat. Ivy Ledbetter Lee, seorang mantan jurnalis yang dikenal sebagai pelopor Humas modern, menawarkan pendekatan manajemen Humas sebagai solusi penanganan krisis tersebut (Rahmat, 2016). Menurut Mc Elreath dalam Ruslan (2012), manajemen Humas mencakup proses penelitian, perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi berbagai kegiatan komunikasi, mulai dari pertemuan kecil hingga kampanye nasional, yang semuanya disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan organisasi. Dengan demikian, Humas merupakan proses strategis yang memiliki peran penting dalam membangun komunikasi yang efektif dan demokratis dalam suatu institusi.

Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah

Ada beberapa peran atau fungsi humas dalam membentuk citra pemerintah antara lain :

1. Menyebarluaskan informasi pemerintahan kepada public

Humas bertugas menyampaikan program, kebijakan, dan capaian pemerintah kepada masyarakat melalui berbagai media. Hal ini dilakukan untuk membangun transparansi serta meningkatkan pemahaman publik terhadap kinerja pemerintah.

2. Membangun dan memelihara hubungan dengan media massa

Dalam menjalankan fungsinya, Humas menjalin kemitraan dengan media lokal maupun nasional. Kegiatan ini mencakup pendampingan wartawan, penyediaan bahan berita, serta penerbitan siaran pers untuk memastikan informasi yang akurat dan objektif tersampaikan ke masyarakat.

3. Menciptakan komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat

Humas tidak hanya menyampaikan informasi satu arah, tetapi juga menampung aspirasi, opini, dan kritik dari masyarakat. Fungsi ini bertujuan untuk menciptakan hubungan yang harmonis dan dinamis antara pemerintah dan warga.

4. Mengelola publikasi dan dokumentasi kegiatan pemerintah

Humas bertanggung jawab atas peliputan, penyimpanan dokumentasi, serta distribusi informasi dalam bentuk media cetak dan elektronik. Hal ini penting untuk arsip kelembagaan dan kebutuhan penyebaran informasi yang terstruktur.

5. Menyusun materi komunikasi pimpinan daerah

Subbagian khusus Humas bertugas menyiapkan naskah pidato, laporan, dan paparan kebijakan untuk para pejabat seperti gubernur, wakil gubernur, dan sekretaris daerah. Materi ini disesuaikan dengan konteks acara dan kebutuhan komunikasi strategis.

6. Menjalin hubungan kelembagaan dengan pihak luar

Humas menjembatani komunikasi antara pemerintah daerah dengan organisasi sosial, tokoh masyarakat, dan lembaga non-pemerintah. Fungsi ini bertujuan untuk memperkuat sinergi dan dukungan publik terhadap program pemerintah.

7. Mendukung pembentukan citra positif pemerintah daerah

Seluruh aktivitas Humas pada dasarnya diarahkan untuk membangun persepsi positif masyarakat terhadap pemerintah. Hal ini dilakukan melalui penyampaian informasi yang terarah, pelibatan media, serta pengelolaan komunikasi publik secara profesional.

Peran Citra Positif dalam Membangun Kepercayaan Publik melalui Strategi *Public Relations*

Dalam praktik *Public Relations* (PR), perencanaan strategis menjadi fondasi penting dalam membangun kepercayaan publik terhadap lembaga atau organisasi. Cutlip, Center, dan Broom (dalam Rosady, 2007) mengemukakan empat langkah utama dalam strategi PR, yaitu: (1) *Defining the problem*, yaitu melakukan pemantauan terhadap opini, sikap, dan perilaku publik; (2) *Planning and programming*, yaitu merancang strategi berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan; (3) *Taking action and communicating*, yaitu mengimplementasikan strategi dan menyampaikan pesan kepada publik sasaran; dan (4) *Evaluating the programs*, yaitu menilai hasil pelaksanaan program guna perbaikan berkelanjutan. Strategi PR dapat diterapkan secara persuasif, edukatif-informatif, dan segmentatif (Rahmadi, 2008), sehingga komunikasi yang disampaikan relevan dengan kebutuhan publik sasaran.

Strategi tersebut erat kaitannya dengan pembentukan citra positif lembaga. Citra merupakan representasi persepsi publik terhadap organisasi. Keller (2008) menyatakan bahwa citra adalah kumpulan keyakinan dan kesan terhadap suatu objek. Sementara Soemirat dan Ardianto (2010) menambahkan bahwa citra adalah hasil dari kesan dan gambaran diri yang ditangkap publik terhadap suatu institusi (Noviyanti et al., 2024). Citra tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses komunikasi yang konsisten, bernilai, dan dapat dipercaya.

Menurut Goonroos (dalam Firsan, 2011), citra positif memiliki empat fungsi utama: memudahkan komunikasi dengan publik, menyaring persepsi terhadap aktivitas lembaga, mencerminkan pengalaman dan penilaian pelanggan, serta memengaruhi strategi manajemen. Dengan demikian, citra yang positif menjadi pilar utama dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan publik secara berkelanjutan.

METODE

Metode penulisan artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan tinjauan literatur untuk memperdalam pemahaman tentang strategi yang diadopsi oleh Humas DPR RI dalam menghadapi situasi krisis. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi terhadap kebijakan Humas DPR RI melalui produk-produk komunikasi mereka, seperti majalah, situs web, dan akun media sosial. Untuk melengkapi data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti

melakukan wawancara dengan pengelola Humas DPR RI.

HASIL

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan melalui studi dokumen dan analisis kondisi di lapangan, ditemukan bahwa pelaksanaan fungsi kehumasan di instansi pemerintah masih menghadapi sejumlah kendala yang cukup signifikan. Salah satu temuan utama adalah belum optimalnya pemahaman dan pelaksanaan tugas kehumasan, baik oleh unit humas itu sendiri maupun oleh pimpinan institusi. Humas cenderung masih dipandang sebagai unit pelengkap yang hanya bertugas mendokumentasikan kegiatan, bukan sebagai unit strategis dalam membangun citra dan komunikasi publik.

Selain itu, hasil observasi menunjukkan bahwa komunikasi internal antara unit humas dan pimpinan institusi belum berjalan efektif. Hal ini menyebabkan kurangnya arahan yang jelas dan tidak maksimalnya pelibatan humas dalam perencanaan kegiatan institusi. Kegiatan kehumasan sering bersifat reaktif, bukan proaktif atau berbasis strategi komunikasi yang terencana.

Ditemukan pula bahwa keterbatasan sarana dan prasarana komunikasi menjadi salah satu hambatan utama. Banyak unit humas belum memiliki fasilitas pendukung yang memadai seperti perangkat digital, pengelolaan media sosial, atau sistem dokumentasi dan arsip yang baik. Hal ini menghambat proses penyebarluasan informasi kepada publik secara cepat dan akurat.

Dari sisi sumber daya manusia, tingkat kompetensi petugas humas masih bervariasi. Beberapa petugas humas tidak memiliki latar belakang pendidikan atau pelatihan khusus di bidang komunikasi, kehumasan, atau public relations, sehingga belum mampu menjalankan tugas sesuai dengan prinsip-prinsip kehumasan profesional.

Temuan lainnya adalah rendahnya tingkat akses masyarakat terhadap informasi pemerintah. Faktor ini dipengaruhi oleh rendahnya literasi informasi masyarakat serta keterbatasan ekonomi yang berdampak pada kemampuan mereka dalam mengakses media digital. Ini berimplikasi pada terbatasnya jangkauan komunikasi publik yang dilakukan oleh instansi pemerintah.

Masalah lainnya adalah citra humas pemerintah yang belum sepenuhnya positif di mata masyarakat. Dalam beberapa kasus, humas dianggap kurang responsif, bersifat formalistik, dan tidak cukup terbuka dalam menyampaikan informasi yang dibutuhkan masyarakat.

PEMBAHASAN

1. Tata Kelola Kehumasan sebagai Proses Berkelanjutan

Tata kelola kehumasan pemerintah merupakan suatu proses yang tidak dapat dilakukan secara instan, melainkan memerlukan kesinambungan dan perencanaan yang matang. Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (Permen PANRB) Nomor 30 Tahun 2011 memberikan pedoman umum mengenai pelaksanaan fungsi kehumasan di instansi pemerintah. Dalam konteks ini, keberadaan program yang terstruktur dan terinci menjadi sangat penting agar fungsi dan tugas kehumasan dapat dijalankan secara efektif.

2. Permasalahan dalam Pelaksanaan Humas Pemerintah

Meskipun telah terdapat pedoman yang jelas, kenyataannya kondisi humas pemerintah masih belum optimal. Berdasarkan data yang telah disampaikan pada bagian pendahuluan, ditemukan berbagai tantangan yang signifikan. Di antaranya adalah masih adanya mispersepsi terhadap peran humas, baik dari internal lembaga maupun masyarakat. Selain itu, kurangnya pengarahan dari pimpinan institusi serta belum terbentuknya citra humas yang positif turut menjadi hambatan dalam pelaksanaan tugas humas.

3. Pentingnya Citra Organisasi dan Pengaruhnya

Citra organisasi memainkan peran penting dalam menunjang keberhasilan suatu institusi. Citra yang positif dapat berdampak langsung terhadap penerimaan publik terhadap program dan layanan pemerintah, serta dapat meningkatkan motivasi kerja pegawai. Oleh sebab itu, perbaikan tata kelola humas juga sejalan dengan upaya peningkatan performa organisasi secara menyeluruh.

4. Fungsi Manajerial dan Komunikatif Humas

Dalam struktur organisasi pemerintahan, humas berfungsi tidak hanya sebagai pelaksana kegiatan komunikasi eksternal, tetapi juga sebagai pelaku administrasi yang menjalankan fungsi-fungsi staf khusus. Humas bertugas menjembatani komunikasi antara institusi pemerintah dengan masyarakat luas. Oleh karena itu, tata kelola kehumasan perlu memperhatikan prinsip-prinsip manajerial yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, evaluasi, dan modifikasi dalam proses kerja.

5. Tantangan Lingkungan dan Tuntutan Keterbukaan

Organisasi publik saat ini menghadapi tantangan besar dalam bentuk meningkatnya intensitas pertukaran informasi secara internal maupun eksternal. Tekanan dari lingkungan luar, seperti tuntutan transparansi dan keterlibatan publik, menuntut humas untuk bekerja lebih adaptif dan terbuka. Ini berarti bahwa tata kelola kehumasan harus mampu menjawab kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat, akurat, dan mudah diakses.

6. Empat Aspek Utama dalam Tantangan Humas

Dalam upaya menghadapi berbagai persoalan kehumasan, terdapat empat aspek penting yang perlu mendapatkan perhatian, yakni: (a) mispersepsi terhadap humas, (b) pemahaman terhadap prinsip dasar kehumasan, (c) penerapan etika dalam praktik humas, dan (d) efektivitas metode serta kegiatan humas yang dijalankan. Keempat aspek ini saling terkait dan harus dikelola secara terpadu untuk menciptakan sistem komunikasi pemerintah yang efektif.

7. Etika dalam Kehumasan Pemerintah

Etika menjadi landasan fundamental dalam tata kelola humas. Praktik kehumasan yang etis tidak hanya mencerminkan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat, tetapi juga berhubungan erat dengan integritas hubungan antara pemerintah dan berbagai pihak, seperti media, klien, serta sesama praktisi humas. Etika ini mencakup kejujuran, akuntabilitas, dan keterbukaan informasi publik yang dapat dipercaya.

8. Masalah Teknis dan Struktural di Unit Humas Pemerintah

Beberapa kendala teknis juga menjadi sorotan, seperti keterbatasan sarana dan prasarana komunikasi, lemahnya pengelolaan arsip dan dokumentasi, serta kelangkaan data yang lengkap dan mutakhir. Masalah lainnya adalah rendahnya tingkat literasi informasi di kalangan masyarakat serta hambatan ekonomi yang membuat akses

terhadap informasi menjadi tidak merata. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kapasitas humas pemerintah dengan harapan masyarakat.

9. Peran Ganda Birokrasi dan Tuntutan Pelayanan Publik

Dalam konteks pelayanan publik, birokrasi pemerintah memiliki dua fungsi utama, yaitu sebagai penyedia layanan primer kepada masyarakat dan sebagai penyedia solusi atas kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi secara mandiri oleh masyarakat. Oleh karena itu, humas sebagai bagian dari birokrasi harus memainkan peran aktif dalam memastikan pelayanan yang informatif, transparan, dan humanis.

10. Upaya Perbaikan melalui Pendekatan Manajemen Humas

Untuk menjawab berbagai tantangan tersebut, perlu dilakukan pendekatan berbasis manajemen humas secara menyeluruh. Upaya ini dapat mencakup peningkatan kompetensi praktisi humas melalui pelatihan dan pengembangan, penyusunan kode etik kerja yang jelas, perbaikan sistem komunikasi internal, serta pembentukan hubungan strategis dengan media. Selain itu, penguatan infrastruktur komunikasi, pemanfaatan teknologi informasi, pelaksanaan riset persepsi publik, dan pembangunan citra positif pemerintah secara konsisten merupakan bagian integral dari strategi perbaikan yang harus dilakukan.

11. Komitmen Jangka Panjang dalam Penguatan Tata Kelola

Perlu digarisbawahi bahwa proses penguatan tata kelola kehumasan tidak dapat dicapai dalam waktu singkat. Ini merupakan proses jangka panjang yang membutuhkan komitmen dan dedikasi dari semua pihak, baik dari dalam institusi maupun dari para pemangku kepentingan di luar. Dengan penerapan manajemen humas yang tepat dan berkelanjutan, diharapkan komunikasi publik pemerintah akan menjadi lebih responsif, profesional, dan dipercaya oleh masyarakat.

SIMPULAN

Tata kelola kehumasan pemerintah yang efektif dan terorganisir penting untuk membangun kepercayaan publik dan memperbaiki citra pemerintah. Beberapa solusi yang dapat diimplementasikan adalah meningkatkan pemahaman praktisi humas melalui pelatihan, menerapkan kode etik yang jelas, memperkuat komunikasi internal, menjalin hubungan yang baik dengan media, meningkatkan aksesibilitas informasi, mengadopsi teknologi komunikasi baru, melakukan riset dan evaluasi, serta membangun citra positif secara konsisten. Rekomendasi untuk memperbaiki tata kelola kehumasan pemerintah mencakup: meningkatkan peran humas, membangun tim humas yang kompeten, membuat rencana komunikasi strategis, meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, membangun hubungan dengan media dan pemangku kepentingan, menggunakan teknologi komunikasi secara efektif, melakukan pemantauan dan evaluasi, serta memperkuat kolaborasi antarlembaga pemerintah.

REFERENSI

Manajemen Humas Instansi Negara Dalam Meningkatkan Kepercayaan Publik
Thoriq Zacky

- Juhji, B. N., Arifudin, O., Mustafa, M., Choiriyati, W., Hanika, I. M., Tanjung, R., & Adiarsi, G. R. (2020). *Manajemen humas pada lembaga pendidikan* (Vol. 2). Penerbit Widina.
- Kholisoh, N., & Yenita, Y. (2015). Strategi komunikasi public relations dan citra positif organisasi (Kasus public relations Rumah Sakit "X" di Jakarta). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(3), 195-209.
- Lubis, E. E. (2012). Peran humas dalam membentuk citra pemerintah. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 12(1).
- Nahdliyah, Amirotun, and Aliyah Uhwatun Hasanah. 2021. "Manajemen Hubungan Masyarakat (Humas) Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Mts Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi." *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam (JMPID)* 3(2):193–207.
- Ningsih, Idarwati. 2022. "Strategi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di SMPN 1 Tellu Siattinge." *Jurnal Mappesona* 5(1):11–21.
- Noviyanti, S. F., Jamilah, Z., & Slamet, S. (2024). The Failure Of The Ministry Of Education And Culture (Kemendikbud) To Implement Educational Policies Related To Digital Literacy In The School Literacy Movement (SLM). *Ar-Rosikhun: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(3), 266–275.
<https://scholar.google.com/scholar?cluster=5351794404163424993&hl=en&oi=scholarr>
- Rahmad, A. (2016). *Manajemen Humas Sekolah*. Yogyakarta: Media Akademi.
- Sholihah, Tutut. 2018. "Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu." *J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam)* 3(2):72–84.
- Syahputra, Dolly Indra, Yan Hendra, and Taufik Wal Hidayat. 2018. "Peran Humas Dalam Membangun Citra Pemerintahan Sumatera Utara Pada Kantor Biro Humas Gubernur." *PERSPEKTIF* 7(1):24–29.