

Peran Sub Bagian Partisipasi dan Hubungan Masyarakat (Humas) Komisi Pemilihan Umum Provinsi Jawa Timur Dalam Membentuk Citra

The Role of the Subdivision of Participation and Public Relations (PR) of the East Java Provincial Election Commission in Shaping Image

Himmatu Suraiyah¹, Nur Romdlon Maslahul Adi²

¹⁻²Universitas Sunan Ampel Surabaya, Indonesia
E-mail: its.himasone@gmail.com¹

Artikel Info	ABSTRAK
Diterima: 25 September 2024 Disetujui: 29 September 2024 Diterbitkan: 30 September 2024 Hal. 89-97	Sub Bagian Partisipasi dan Hubungan Masyarakat (Humas) Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Jawa Timur (Jatim) memiliki peran penting dalam setiap lembaga karena bertanggung jawab untuk menentukan citra posisi setiap lembaga. Untuk membangun citra sebuah lembaga, humas memiliki hubungan yang erat dengan media. Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran Humas KPU Jawa Timur dalam membangun citra KPU Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk melakukan penelitian deskriptif. Hasilnya menunjukkan bahwa Divisi Sub Bagian Partisipasi dan Hubungan Masyarakat KPU Jawa Timur memanfaatkan media sosial serta situs web KPU Jawa Timur. Di media digital KPU Jatim terdapat beberapa konten untuk memberikan informasi seperti foto berita, infografik, komik, iklan layanan masyarakat. Selain konten media digital, KPU Jatim memiliki konten di <i>Website</i> seperti berita kegiatan yang dapat diakses oleh publik
Kata Kunci: Hubungan Masyarakat; Citra lembaga; Media digital; Konten; KPU Jatim.	
Keywords: <i>Public Relations; Institutional Image; Digital Media; Content; KPU Jatim.</i>	ABSTRACT <i>As one of the responsibilities for creating a favorable image for each institution, the Subdivision of Participation and Public Relations (PR) of the General Election Commission (KPU) of East Java Province (Jatim) is crucial to all of them. Public relations and the media have a close link in determining how an organization is seen. The purpose of the study is to determine how the East Java KPU public relations efforts contribute to the development of the institution's reputation. This kind of study employs a qualitative, descriptive research methodology. The study's findings show that social media and the East Java KPU website are used by the East Java KPU's Participation and Public Relations Subdivision. In the social media of East Java KPU, there are several contents to provide information such as news photos, infographics, comics, public service advertisements. In addition to social media content, the East Java KPU has content on the Website such as news of activities that can be accessed by the public.</i>

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan proses komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan dengan adanya timbal balik. Sebuah lembaga baik pemerintah maupun swasta pasti memiliki seseorang yang profesional dalam menyampaikan pesan kepada khalayak dengan tujuan untuk menyamakan persepsi antara sebuah lembaga dengan masyarakat. Kesamaan persepsi adalah Ada interaksi, gagasan, reaksi, atau tanggapan publik, dan peran humas adalah menghubungkan institusi dengan publiknya (Rini, Rusmiwari, & Widodo, 2017).

Di era globalisasi baik lembaga pemerintah maupun swasta harus memperhatikan pembangunan citra. Ciri-ciri terbentuk oleh informasi yang diterima oleh seseorang; citra yang dihasilkan dari informasi yang positif akan menghasilkan citra yang positif, sedangkan citra yang dihasilkan dari informasi yang negatif akan menghasilkan citra yang negatif (Purwo & Puspasari, 2020). Dengan kecerdasan dan kritis yang semakin meningkat, masyarakat sekarang mampu menilai kinerja organisasi, terutama pemerintah. Mereka juga mampu menilai program tanggung jawab sosial yang dijalankan oleh organisasi, yang kemudian digunakan sebagai salah satu ukuran untuk menentukan citra institusi tersebut.

Lembaga publik semakin lama juga semakin kritis, yang menyebabkan instansi satu dengan lainnya dapat bersaing untuk menjadi semakin profesional. Dalam situasi ini, diharapkan sebuah lembaga dapat peduli pada masalah masyarakat. Agar lembaga dapat bertahan di tengah persaingan dan perubahan yang terus-menerus, maka lembaga harus segera menanggapi masalah ini.

Selain itu, dalam menjaga citra sebuah lembaga memerlukan sebuah rencana dan metode yang sesuai dengan kebutuhan organisasi dan dapat menembus tujuan utama organisasi, terutama pemerintahan. Hubungan masyarakat adalah salah satu cabang komunikasi yang terkait dengan kehidupan sosial. Citra lembaga dan peran humas memiliki hubungan yang erat dan dapat dijadikan alat untuk mencapai tujuan lembaga. Sebuah lembaga tidak selalu bisa mempertahankan citra positif di mata publik. Akan ada peristiwa-peristiwa yang menyebabkan fluktuasi citra lembaga, yang terkait dengan kepercayaan masyarakat, dan hal ini berpotensi memberikan dampak negatif terhadap citra lembaga tersebut (Salsabila, Romadhon, & Ayuningrum, 2024).

Humas adalah proses terus-menerus yang dilakukan oleh manajemen untuk mendapatkan persepsi dan pemahaman yang baik dari pelanggan, karyawan, dan masyarakat umum (Syahputra, Hendra, & Hidayat, 2018). Humas sebuah organisasi bertanggung jawab untuk menyebarkan informasi baik ke dalam maupun ke luar. Menciptakan persepsi publik yang memiliki kemauan baik (*good will*) dan partisipasi adalah bagian dari fungsi humas (Herlina, 2015). Selain itu, humas melakukan tugas manajemen, yaitu memungkinkan organisasi untuk berkomunikasi, membangun, dan mempertahankan relasi yang harmonis dengan masyarakat, baik dalam lingkup internal maupun eksternal. Pada akhirnya, kesuksesan organisasi tergantung pada humas (Mas'ud & Haeril, 2022).

Humas dalam menjalin hubungan fungsional dengan masyarakat adalah dengan melakukan kerjasama antara media daerah dalam menyebarkan informasi (transparan data dan pertanggungjawaban) ke masyarakat (Haeril & Mas'ud, 2022). Dinamika yang muncul sebagai akibat dari transisi dari masa Orde Baru ke masa Reformasi, seperti kebebasan berpendapat melalui media, adalah penyebab utama perubahan dalam fungsi humas saat ini (Prastowo, 2020).

Salah satu lembaga pemerintahan yang bertanggung jawab untuk mengatur dan menyelenggarakan pemilihan umum secara nasional adalah Komisi Pemilihan Umum. Untuk mensukseskan pelaksanaan pemilihan umum, KPU provinsi Jawa Timur (Jatim) memiliki beberapa bagian, salah satunya bagian sub bagian Partisipasi dan Hubungan Masyarakat (Humas). Humas KPU Jatim mempunyai pengaruh besar terhadap jalannya kegiatan yang sudah direncanakan. Kesuksesan program pemerintah didukung oleh humas, yang merupakan salah satu komponen strategis (Lani & Handayani, 2021).

Kontribusi humas di sektor pemerintahan sangatlah penting untuk memperkuat nama baik bangsa dan negara, terutama saat pemerintah menghadapi sejumlah tantangan masyarakat seperti politik, ekonomi, kemiskinan, pengangguran, dan pendidikan. KPU Jatim memiliki tugas yang

begitu besar dan strategis. Selain menyebarkan informasi kepada publik, memberikan akses dan pemahaman informasi kepemiluan, humas KPU Jatim juga memiliki tugas dalam membangun dan membentuk opini agar memiliki citra yang positif di masyarakat. Dapat dikatakan humas adalah jembatan informasi kepada semua pihak yang berkepentingan agar terbangun citra positif di mata masyarakat. Pada KPU Jatim, humas memainkan peran dan posisi yang strategis untuk membantu organisasi mencapai tujuannya dengan menyebarkan informasi dan memengaruhi pihak-pihak yang terkait.

Untuk itu peran humas cukup penting untuk digunakan sarana dalam membangun citra positif instansi pemerintahan. Selain itu peran humas juga berusaha menjaga komunikasi yang harmonis antara instansi dan masyarakat. Penelitian ini berfokus pada peran humas pemerintah dalam membentuk citra yang berkulaitas tentang KPU Jatim.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang dikenal sebagai pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif menggambarkan, memaparkan, dan menginterpretasikan objek yang diteliti. Pendekatan ini bertujuan untuk mempelajari bagaimana humas membentuk gambar dan pemahaman tentang perilaku komunikasi interpersonal melalui pengamatan (Sugiyono, 2013). Data yang dikumpulkan melalui pengamatan langsung pada subjek penelitian. Pengamatan langsung pada sebuah objek di lingkungannya disebut dengan observasi.

Observasi dilaksanakan selama empat bulan terhitung dari bulan 22 Januari 2024 sampai dengan bulan 19 Mei 2024. Di kantor KPU Jatim bertempat di Jl. Raya Tenggilis Mejoyo No. 1-3 Surabaya Jawa Timur. Penelitian ini berkaitan dengan peran pada Sub Bagian Partisipasi Dan Hubungan Masyarakat KPU Jatim dalam membentuk citra lembaga. Data yang akan diobservasi berfokus pada media digital yang dikelola oleh divisi Sub Bagian Partisipasi Dan Hubungan Masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Frank Jefknis, humas adalah keseluruhan jenis komunikasi yang terencana, baik keluar maupun dalam, antara organisasi dan publik untuk mencapai tujuan tertentu atas dasar pemahaman satu sama lain (Dini Salmiyah, 2017). Seorang humas tidak hanya melakukan kegiatan komunikasi, tetapi juga melakukan analisis untuk mengetahui apakah komentar yang diberikan berdampak positif pada citra lembaga atau sebaliknya berdampak buruk, sehingga posisi organisasi atau lembaga di masyarakat menjadi kurang menguntungkan

Posisi humas sangat penting untuk mencapai tujuan lembaga. Sasaran humas mencakup publik internal dan eksternal, di mana mereka secara efektif bertugas untuk membentuk sebuah hubungan yang positif antara instansi dan publiknya serta mencegah hambatan psikologis. Humas juga mendorong kerja sama yang baik antara pegawai dan pimpinan organisasi. Kegiatan humas merupakan bagian dari upaya partisipasi masyarakat yang disesuaikan dengan peran lembaga pemerintah, dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi.

Humas perlu memanfaatkan media baru untuk berkomunikasi dan menjangkau seluruh audiens secara mudah, cepat, dan efektif. Hal ini memberikan peluang bagi praktisi humas untuk mengumpulkan informasi, menyampaikan pesan, dan melacak respons publik terhadap masalah yang berkaitan dengan lembaga. Hal ini diperlukan agar humas dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan komunikasi di era digital.

Kedudukan lembaga pemerintahan dalam pandangan masyarakat erat terkait dengan persepsi publik terhadap pemerintah. Persepsi publik ini dapat memengaruhi dukungan masyarakat yang terus menerus, tergantung pada apa yang dilakukan lembaga pemerintahan kepada mereka, yang menghasilkan citra positif (Maamarah & Supramono, 2016). Jika program pemerintahan ingin berjalan sesuai dengan harapan dan tujuan bangsa, lembaga memerlukan citra positif. Sementara pendapat lain mengatakan bahwa citra lembaga merupakan penilaian masyarakat tentang sebuah lembaga berdasarkan apa yang mereka saksikan dan dengarkan, sehingga masyarakat dapat

mengulas pada sebuah lembaga (Alma, 2018). Di masa yang semakin dipengaruhi oleh teknologi digital, humas melakukan beberapa peran penting, di antaranya (Satira & Hidriani, 2021):

1. Menggiring Opini

Persepsi publik sangat berarti karena dapat memengaruhi perasaan. Persepsi positif akan menggambarkan organisasi dengan baik, sementara persepsi negatif akan melakukan hal yang sebaliknya.

2. Mengelola Akun Sosial

Media sosial memungkinkan pesan disampaikan dan menerima umpan balik langsung. Seorang humas dapat menggunakan akun media sosial untuk membangun strategi untuk menjangkau masyarakat.

3. Membuat Strategi Publikasi

Strategi publikasi memiliki keterampilan untuk membentuk reputasi yang kokoh dan efisien yang akan menjadi ciri khas. Bisa menumbuhkan kepercayaan publik dan menarik lebih banyak partisipasi publik, yang membuat efeknya lebih besar.

4. Menjaga Reputasi

Pada akhirnya, program yang sudah direncanakan dibantu oleh reputasi institusi yang baik. Persepsi masyarakat jelas sangat krusial, terutama di zaman digital. Ini meliputi pengembangan kepercayaan masyarakat, mengatasi konflik dan masalah, dan memperbaiki hubungan dengan masyarakat oleh lembaga pemerintahan, karena lembaga pemerintahan yang baik akan membentuk kepercayaan masyarakat.

Di tingkat nasional, Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Jawa Timur adalah lembaga negara yang bertanggung jawab untuk menyelenggarakan pemilihan umum. KPU Jatim memiliki kemandirian, keprofesionalan, dan kejujuran. Memiliki integritas berarti menjadi jujur, adil, transparan, dan akuntabel, sedangkan mandiri berarti tidak terpengaruh oleh orang lain.

Dalam melaksanakan tugas, pokok fungsi KPU Jatim terdiri dari anggota komisioner dan staf sekretariat. Adapun struktur Anggota Komisioner KPU Provinsi Jawa Timur terdiri dari tujuh divisi yaitu, Ketua sekaligus Divisi Keuangan dan Rumah Tangga, Divisi Sosialisasi dan Pendidikan Pemilih, Divisi Teknis dan Penyelenggaraan, Divisi Hukum dan Pengawasan, Divisi Perencanaan dan Logistik, Divisi SDM dan Litbang, Divisi Data dan Informasi.

Sedangkan struktur sekretariat KPU Provinsi Jawa Timur terdiri dari Sekretaris KPU Jatim, Kepala Bagian Keuangan, umum dan logistic, Kepala Bagian teknis penyelenggaraan pemilu, partisipasi dan hubungan Masyarakat, Kepala Bagian Hukum dan SDM, Kepala Sub Bagian Keuangan, Kepala Sub Bagian umum dan logistic, Kepala Sub bagian teknis penyelenggaraan pemilu, Kepala Sub bagian partisipasi dan hubungan Masyarakat (Humas), Kepala Sub bagian perencanaan, Kepala Sub Bagian data dan informasi, Kepala Sub Bagian hukum, Kepala sub bagian SDM, Staf Pelaksana.

Dalam menjalankan tugas KPU Jatim memiliki visi yaitu “Menjadi Penyelenggara Pemilu Serentak Yang Mandiri, Professional Dan Berintegritas”. Sedangkan misinya adalah a). membentuk kompetensi penyelenggara pemilu Serentak dengan berpedoman kepada perundang-undangan dan kode etik penyelenggara Pemilu; b). Menyusun peraturan di bidang pemilu Serentak yang memberikan kepastian hukum, progresif, dan partisipatif; Membentuk kualitas penyelenggaraan Pemilu Serentak yang efektif dan efisien, transparan, akuntabel, serta accessible; c). Mengoptimalkan pemanfaatan kemajuan teknologi informasi dalam menyelenggarakan Pemilu Serentak; d). Membentuk partisipasi dan kualitas pemilih dalam Pemilu Serentak; e). Membentuk kualitas pelayanan pemilu serentak untuk seluruh pemangku kepentingan.

Humas pada KPU Jatim, sebagai proses komunikasi dua arah yang direncanakan baik komunikasi kedalam maupun keluar untuk menghasilkan hubungan yang seimbang. Tujuannya untuk menemukan titik temu dengan masyarakat, memperoleh opini masyarakat yang bagus dan citra yang positif dari masyarakat. Tanggung jawab divisi humas adalah membentuk citra positif dan menciptakan suasana lembaga yang kondusif, hubungan yang harmonis dengan masyarakat.

Selain itu, pada bulan Januari sampai dengan bulan Mei dilakukan observasi pada KPU Provinsi Jawa Timur yang terletak di Jl. Tenggilis Surabaya. Observasi ini, digunakan untuk mengetahui proses pengeloaan informasi melalui media digitalnya berupa Instagram dan web KPU Jatim. Penelitian ini diawali dengan pengamatan yang berkolaborasi dengan KPU Provinsi Jawa Timur terhadap cara Sub Bagian Partisipasi dan hubungan masyarakat ini membentuk citra Lembaga. Pengamatan dilakukan untuk mengetahui proses KPU Jawa Timur dalam menjaga dan membentuk citra lembaga ketika proses tahapan pemilu dan pilukada.

Dalam membentuk dan menjaga citra lembaga, divisi humas KPU Provinsi Jawa Timur melakukan berbagai cara baik kedalam maupun keluar diantaranya, berdiskusi dengan divisi lain untuk mengatasi hambatan-hambatan, menciptakan suasana kerja yang nyaman, memanfaatkan media sosial sebagai tempat berbagi informasi dari berbagai kegiatan yang dilakukan, melakukan media gathering, sosialisasi dengan masyarakat, dan membuat berita web. Selain itu, humas KPU Jatim juga memiliki beberapa macam konten seperti foto berita, ucapan selamat/peringatan hari besar, infografik, Kopiku (komik pemilu dan KPU), dan video iklan layanan masyarakat yang dikemas ala gen X dan gen Z agar lebih muda diserap oleh generasi tersebut. Untuk konten di media digital Instagram, X, dan facebook yang dimiliki KPU Jatim postingan diseragamkan.



Gambar 1. Cover Konten Foto Berita (Instagram KPU_Jatim, 2024)

Konten foto berita merupakan konten yang memberikan informasi terkait kegiatan KPU Jatim baik di dalam kantor maupun di luar kantor. Tentu adanya konten ini adalah untuk memberi tau apa saja kegiatan KPU Jatim ketika proses pemilu ataupun pilukada. SOP dari konten ini adalah adanya foto secara *closeup*, *long shoot*, *medium shoot*, terdiri minimal 4 slide dan foto yang diambil harus menyiratkan pihak yang terlibat. Konten tersebut upload di X, Facebook dan Instagram pada tanggal 30 Januari 2024 yang termasuk masih dalam tahapan pemilu serentak tahun 2024. Oleh karena itu di akhir caption ditambahkan hastagh [#PemiluSerentak2024](#). Selain itu, di setiap postingan jenis konten apapun selalu diawali dengan hastagh [#TemanPemilih](#) dan diakhiri dengan hastagh [#KPUMelayani](#).



Gambar 2. Konten Ucapan Selamat (Instagram KPU_Jatim, 2024)

Selain foto berita, KPU Jatim juga memiliki konten ucapan selamat yang diperuntukan kepada pihak-pihak yang masih berkaitan dengan KPU Jatim seperti KPU RI, KPU Kabupaten/Kota, organisasi masyarakat, dan sebagainya. Selain itu, KPU Jatim juga akan memposting peringatan hari besar sesuai dengan momentumnya. Konten tersebut upload pada tanggal 23 Maret 2024 yang mana proses tahapan pemilu sudah selesai. Oleh karena itu, tidak digunakan hastagh [#PemiluSerentak2024](#).



Gambar 3. Konten Infografik (Instagram KPU_Jatim, 2024)

Dalam menyampaikan informasi, KPU Jatim selalu menggunakan konten infografik dengan tujuan agar mudah dipahami oleh masyarakat. Konten infografik biasanya digunakan untuk memberikan informasi yang selalu ditanyakan oleh masyarakat seperti, penggunaan anggaran, pendaftaran KPPS, jumlah hasil penghitungan suara, deskripsi dari istilah yang ada di KPU dan sebagainya. Konten infografik ini selalu dilengkapi dengan caption yang menggunakan bahasa gaul agar mudah didapami oleh masyarakat.

Selain itu, KPU Jatim juga memiliki konten berupa Kopiku (Komik pemilu KPU). Konten ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat hal-hal yang boleh dilakukan selama menuju pesta demokrasi. Seperti contohnya dibawah ini, komik tersebut menjelaskan sebelum ke TPS, maka sebaiknya kenali dulu para pasangan calon sebelum memilih. Dengan cara, cari informasi para calon di <https://infopemilu.kpu.go.id>. Konten berupa komik merupakan media yang berfungsi untuk menyampaikan pesan. Sebagai sarana komunikasi, pesan yang disampaikan melalui komik biasanya jelas, terstruktur, dan menarik (Handayani, 2010).



Gambar 4. Konten Kopiku (Instagram KPU_Jatim, 2024)

Selain konten berupa gambar, KPU Jatim juga memiliki konten berupa video iklan layanan masyarakat yang tayang pada media digital youtube, Tiktok, dan Instagram. Konten ini diawali dengan menggambarkan realita yang ada di masyarakat. dan diakhiri dengan statement “kampanye iku oleh tapi seng damai” yang diucapkan oleh bu Pokro salah satu nama tokoh di ILM tersebut. Dalam postingan iklan layanan masyarakat berhasil mendapatkan *feedback* yang bagus dari masyarakat dengan jumlah penonton 20 ribu.



Gambar 5. Konten Iklan Layanan Masyarakat (Instagram KPU_Jatim, 2024)

Media digital yang digunakan KPU Jatim tidak sebatas hanya pada Instagram, X, Tiktok, facebook, dan Youtube tetapi juga Web. KPU Jatim memiliki web (<https://jatim.kpu.go.id/>) tersendiri yang bertujuan untuk memberikan informasi yang dikemas seperti berita agar masyarakat mudah memahami. Berita yang ada di Web KPU Jatim memberikan informasi yang lebih lengkap jika dibandingkan di media digital yang lain. Web KPU Jatim terbit maksimal sehari setelah kegiatan berlangsung, tentu hal ini diberlakukan agar berita tidak ketinggalan dan masih hangat menjadi perbincangan di masyarakat. Tidak jarang para jurnalis dari media manapun memanfaatkan Web tersebut untuk membuat berita dari sudut pandang mereka. Pada Web KPU Jatim tidak hanya terdapat berita tetapi juga terdapat informasi terkait profil, struktur keorganisasian, info pilkada pemilu dan sebagainya seperti pada tersebut.

Berita yang ada di web KPU Jatim, tidak memiliki jadwal tetapi, akan menerbitkan berita ketika ada kegiatan yang melibatkan KPU Jatim. Jika dalam sehari KPU Jatim memiliki tiga kegiatan maka akan ada 3 berita yang akan terbit sesudahnya.



Gambar 6. Konten Iklan Layanan Masyarakat (Instagram KPU_Jatim, 2024)

Dengan adanya konten di media sosial dan Web, KPU Jatim dapat menjalin hubungan komunikasi antar lembaga, masyarakat, komunitas dan media agar lebih harmonis dan dapat saling menguntungkan. Dengan mendokumentasikan setiap kegiatan KPU Jatim maka secara tidak langsung masyarakat mengetahui kegiatan yang dilakukan di lingkungan KPU Jatim. Namun, pada saat ini jika diamati dari media sosial Intstagram, X, Facebook, Twitter KPU Jatim, mereka mengubah cara menyampaikan sebuah informasi. Terlebih jika sasaran informasi adalah generasi

millennial dan generasi Z, yang mana sebagai humas pemerintahan harus *capable* dan *adaptable* dalam menghadapi perubahan. Perancangan informasi tidak harus terpaku dengan foto infografis, melainkan juga konten video yang dikemas secara sederhana dan menghibur untuk mengubah situasi menjadi lebih terbaru.

Selain itu masyarakat juga sering memberikan respon, baik positif maupun negatif pada konten yang diunggah oleh KPU Jatim melalui kolom komentar atau melalui *direct message* Instagram. Tentu pada hal ini humas KPU Jatim juga akan memberikan respon yang positif, ramah dan terkadang menggunakan bahasa gaul agar pesan mudah dipahami. Humas KPU Jatim jika mendapatkan timbal balik dari masyarakat maupun media, tidak menggunakan template dalam menjawab pesannya tetapi hanya menggunakan tagline di akhir kalimat dengan #KPUMelayani dan #Integritas24jam.

Humas KPU Jatim telah melakukan semua perannya menurut Satiran dan Hidriani diantaranya:

1. Menggiring opini

KPU Jatim membuat beberapa konten seperti iklan layanan masyarakat, foto berita, Kopiku dan sebagainya dengan tujuan untuk menggiring opini positif publik.

2. Mengelola Akun Sosial

KPU Jatim tidak jarang melakukan interaksi dengan masyarakat melalui fitur komentar yang ada di media digital. Tidak jarang masyarakat akan bertanya terkait pemilu, data pemilih, aturan dalam memilih melalui *direct message* Instagram.

3. Membuat strategi publikasi

Pada media sosial KPU Jatim ada beberapa konten kreatif yang dibuat dengan kerja sama antara KPU Jatim untuk membuat karya. Seperti iklan layanan masyarakat yang mana pihak KPU Jatim bekerja sama dengan seniman untuk

4. Menjaga reputasi

Humas KPU Jatim berusaha untuk selalu menjaga konsisten produksi konten dan tentu harus mendapatkan persetujuan dari anggota KPU Jatim divisi Sosialisasi Pendidikan pemilih dan partisipasi masyarakat sebelum di sebarluaskan di media digital. Tentu persetujuan ini untuk menjaga reputasi agar citra lembaga tetap positif di masyarakat.

Dapat diamati, KPU Jatim mengubah cara menyampaikan sebuah informasi. Terlebih jika sasaran informasi adalah generasi millennial dan generasi Z, yang mana sebagai humas pemerintahan harus *capable* dan *adaptable* dalam menghadapi perubahan. Perancangan informasi tidak harus terpaku dengan foto infografis, melainkan juga konten video yang dikemas secara sederhana dan menghibur untuk mengubah situasi menjadi lebih terbaru.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari pembahasan yang telah dijelaskan tersebut, dapat disimpulkan bahwa peran humas dalam lembaga pemerintahan khususnya KPU Provinsi Jawa Timur merupakan posisi yang signifikan. Hal ini dikarenakan humas selalu menjadi sarana untuk komunikasi antara lembaga dan masyarakat. Humas juga menjadi penghubung antara aspirasi masyarakat kepada sebuah lembaga yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan ketika akan mengambil kebijakan.

Peran humas di sebuah Lembaga pemerintahan sebagai *public relations* baik pada lembaga sendiri maupun lembaga yang lain. Humas harus mampu dalam menempatkan diri sebagai publik yang juga menginginkan informasi. Dengan hal tersebut humas wajib memberikan informasi yang tepat waktu, benar, kreatif dan singkat padat jelas kepada publik. Karena informasi dan komunikasi berhubungan erat dengan citra. Komunikasi yang terpadu akan menciptakan citra yang baik bagi lembaga.

Penelitian ini hanya sebatas pada media digital yang diolah oleh humas KPU Jatim dalam meningkatkan citra lembaga. Untuk itu, penelitian berikutnya disarankan untuk memperluas cakupan kajian dengan tidak hanya berfokus pada penggunaan media sosial KPU dalam

meningkatkan citra lembaga. Peneliti dapat mempertimbangkan aspek lain yang juga berpengaruh dalam pembentukan citra KPU seperti strategi komunikasi terpadu, peran humas dalam pengelolaan krisis, keterlibatan stakeholder dalam membangun citra, analisis efektivitas program sosialisasi non-digital.

REFERENSI

- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (1st ed.). Bandung: Alfabeta.
- Dini Salmiyah, F. A. (2017). *Marketing Public Relations Diantara Penjualan Dan Pencitraan* (1st ed.). Yogyakarta: Deepublisher.
- Haeril, H., & Mas'ud, M. (2022). PERAN HUMAS DPRD SEBAGAI SUATU SISTEM DAN FASILITATOR PUBLIK (STUDI PADA DPRD KABUPATEN BIMA). *JSIP*, 03.
- Handayani, S. (2010). PERBANDINGAN EFEKTIFITAS PEMBERIAN INFORMASI MELALUI MEDIA CERITA BERGAMBAR(KOMIK) VERSI BKKBNDENGAN MEDIA LEAFLET. *Gaster*, 7(1), 482–490.
- Herlina, S. (2015). STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MEMBENTUK CITRA PEMERINTAHAN DI KOTA MALANG. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 4(3), 493. Retrieved from www.publikasi.unitri.ac.id
- Lani, O. P., & Handayani, B. (2021). Peranan Humas Pemerintahan (Government Public Relations) dalam Menciptakan Reputasi Pemerintahan yang Baik. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 130–140. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i2.4071>
- Maamarah, S., & Supramono, S. (2016). Strategi peningkatan mutu dan citra (image) sekolah dasar negeri di ungaran, semarang. *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 3(1), 115–130.
- Mas'ud, & Haeril. (2022). PERAN HUMAS DPRD SEBAGAI SUATU SISTEM DAN FASILITATOR PUBLIK (STUDIPADA DPRD KABUPATEN BIMA). *JSIP: Jurnal Studi Ilmu Pemerintahan*, 3(1), 27–32.
- Prastowo, F. A. A. (2020). Pelaksanaan fungsi pokok humas pemerintah pada lembaga pemerintah. *PProfesi Humas*, 5(1), 17–37.
- Purwo, R. H. S., & Puspasari, D. (2020). Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pada Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BPSDM) Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 8(3), 458–467. <https://doi.org/10.26740/jpap.v8n3.p458-467>
- Rini, K. S., Rusmiwari, S., & Widodo, H. P. (2017). PERAN HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 6(1), 34. Retrieved from www.publikasi.unitri.ac.id
- Salsabila, S., Romadhon, M., & Ayuningrum, N. (2024). Strategi Digital Public RelationsBNN Provinsi Jawa Timur Dalam Membangun Citra Institusi Melalui Media Sosial Instagram @infobnnp_jatim. *Semakom*, 2(2), 268–275.
- Satira, A. U., & Hidriani, R. (2021). Peran Penting Public Relations Di Era Digital. *Sadida*, 1(2), 179–202.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D* (19th ed.). Bandung: Alfabeta. Retrieved from <https://digilib.stekom.ac.id/ebook/view/METODE-PENELITIAN-KUANTITATIF-KUALITATIF-DAN-RND>
- Syahputra, D. I., Hendra, Y., & Hidayat, T. W. (2018). Peran Humas Dalam Membangun Citra Pemerintahan Sumatera Utara Pada Kantor Biro Humas Gubernur. *PERSPEKTIF*, 7(1), 24–29. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v7i1.2523>