



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Menjaga hubungan baik antara sebuah perusahaan dengan masyarakat, merupakan sebuah hal yang wajib dilakukan. Memasuki zaman yang semakin mengedepankan informasi dan teknologi, dengan mudah semua masyarakat melakukan kegiatan meningkatkan sebuah hubungan baik. Dalam dunia *public relations*, tidak asing lagi dengan tujuan utama mementikan sebuah hubungan baik dengan publik (Rahutomo, 2013).

Partisipasi suatu lembaga atau instansi yang berencana aktif dan sinambung dengan masyarakat dalam suatu komunitas untuk memelihara dan membina lingkungannya demi keuntungan kedua belah pihak. Menjadi tanggung jawab yang besar bagi *public relations* melakukan fungsinya untuk menstabilkan reputasi perusahaan. Dalam melalui tanggung jawab tersebutlah akuntabilitas bagi fungsi *public relations* terhadap organisasi atau perusahaannya (Ruslan, 2014).

Jakarta sudah menjadi kota metropolitan dengan berbagai macam suku yang ada. Namun, Jakarta sendiri tidak dapat dipisahkan dari suku aslinya, yaitu suku Betawi. Dengan kata lain, suku Betawi ini sempat mengalami pergeseran kedudukan menjadi kaum minoritas pada masanya, tetapi Betawi tetaplah menjadi suku asli dari kota ini. Selain mengalami hal yang cukup buruk, Jakarta juga mengalami dan mendapat kesempatan baik yang berdampak pada kota ini, dimana Jakarta telah menjadi Ibu Kota dan menjadi kota yang paling sering dikunjungi oleh masyarakat luar Jakarta. Maka dari itu, terjadinya hal tersebut dijadikan sebuah proyek oleh beberapa kedinasaan, salah satunya adalah Dinas Kebudayaan.

Perkampungan budaya Betawi ini memang telah menjadi tempat wisata baru bagi masyarakat. Pasalnya dari awal peresmiannya tempat ini

sudah dikunjungi oleh wisatawan baik lokal maupun mancanegara yang datang. Salah satu aksi dan proyek yang dilakukan oleh kedinasan untuk memberdayakan serta mempertahankan kebudayaan, ada di tempat wisata Setu Babakan. Pada awal pemasaran tempat wisata di Setu Babakan secara resmi pada tahun 2016 tercatat ada 338.681 yang telah datang dan berkunjung. (*Unit Pengelola kawasan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan*, 2018.) Data yang telah didapat, bisa dikatakan tinggi karena dapat menanggulangi tempat wisata lain.

Selain melakukan aksi proyek dari salah satu Kedinasan, terdapat pendataan Grup kesenian yang diterbitkan oleh Jakarta Open Data. Menurut data yang didapat, banyak grup kesenian yang terdaftar dari berbagai macam di Jakarta. Suku Dinas Kebudayaan Kota Administrasi Jakarta, sempat mendata beberapa grup kesenian. Total pada jumlah grup kesenian di wilayah Kecamatan Kota Administrasi Jakarta Selatan pada tahun 2020, per 10.000 penduduk sebanyak 3,66. (*Data Grup Kesenian per 10.000 Penduduk Tahun 2020*, 2021)

Instansi pemerintah wajib menjaga reputasi baiknya di benak masyarakat. Salah satu contoh yang sering dilakukan adalah oleh pihak Humas Pemerintah. Banyak informasi yang diperlukan untuk menjaga reputasi, sehingga dilakukan penilaian aspek-aspek yang akan ditonjolkan. Kehumasan dapat menentukan agenda setting agar tidak terjadi aktivitas komunikasi *based on demand*. Apabila instansi pemerintah mendapatkan reaksi negatif dari masyarakat, instansi melakukan *public hearing* dari pemangku kepentingan atau biasa yang kita kenal sebagai *stakeholders*. (Wiyanto, 2020)

Dalam membangun sebuah reputasi yang baik, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi reputasi, yakni kualitas jasa serta barang yang baik, memiliki hubungan timbal balik yang baik terhadap pelanggan, kepemimpinan yang kuat, struktur dan kultur yang baik, *Chief Executive*

*Officer* memiliki reputasi, gaya, serta kepemimpinan yang baik. (Lisa Febrianti, 2017)

Dalam PERMENPANRB No. 82 Tahun 2012, peran humas memiliki aturan tersendiri untuk melakukan penjelasan kepada pemangku kepentingan. Langkah awal adalah penelusuran fakta. Tahap ini dilakukan menghimpun berbagai fakta dari berbagai informasi publik, opini publik, sikap publik hingga perilaku publik. Selanjutnya, dilakukan analisis situasi dengan apa yang sedang terjadi. (JDIH MENPANRB, 2012)

Melakukan pembangunan atau menjaga reputasi dalam suatu instansi atau perusahaan, termasuk dalam kegiatan *external public relations*. Melakukan komunikasi dengan sifat informatif serta persuasif yang berdasarkan kejujuran, fakta, dan ketelitian. Hal ini dilakukan dengan tujuan utama yakni agar dianggap sebagai warga atau instansi yang baik dan tidak merugikan masyarakat sekitar. (Dra. Fullchis Nurtjahjani & Shinta Maharani Trivena, 2018)

## **1.2. Rumusan Masalah**

Merujuk pada latar belakang, peneliti ingin membahas mengenai bagaimana peran *government public relations* dalam menjaga reputasi Instansi Pemerintah di Suku Dinas Kebudayaan Kota Administrasi Jakarta Selatan dan bagaimana pemilihan *stakeholders* guna untuk menjaga reputasi Sudinbud. Hal ini dikarenakan Suku Dinas Kebudayaan Kota Administrasi Jakarta Selatan belum memiliki formasi khusus yang berkaitan dengan *public relations*. Namun di lain sisi *government public relations* penting untuk dilakukan dalam rangka menjaga reputasi Suku Dinas Kebudayaan Kota Administrasi Jakarta Selatan.

## **1.3. Pertanyaan Penelitian**

Penelitian ini fokus mencari bagaimana peran *government public relations* dalam menjaga reputasi Instansi Pemerintah di Suku Dinas Kebudayaan Kota Administrasi Jakarta Selatan.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *government public relations* dalam menjaga reputasi instansi pemerintah Suku Dinas Kebudayaan Kota Administrasi Jakarta Selatan.

#### **1.5. Kegunaan Penelitian**

##### **1.5.1. Kegunaan Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber bagi para akademis sebagai dasar penelitian ataupun dalam hal menambah wawasan terkait peran *government public relations* dalam menjaga reputasi Suku Dinas Kebudayaan Kota Administrasi Jakarta Selatan.

##### **1.5.2. Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi para praktisi berkaitan dengan peran *government public relations* dalam menjaga reputasi suatu instansi pemerintah di suatu wilayah.

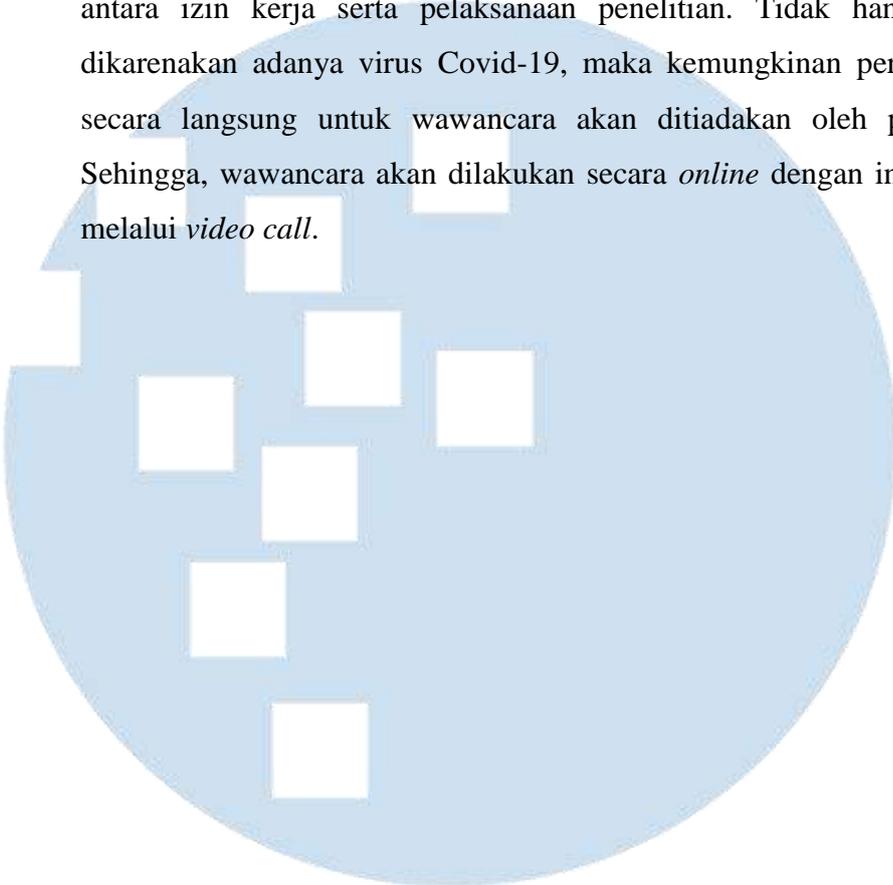
##### **1.5.3. Kegunaan Sosial**

Untuk mampu menjelaskan bagaimana aktivitas Sudinbud dari fenomena yang terjadi kepada khalayak yang ingin mengetahui penanganan reputasi perusahaan, serta untuk mengetahui bahwa akan ada perbedaan persepsi, pengetahuan informasi pada setiap publik.

##### **1.5.4. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini berdasarkan pada PNS yang bersedia diwawancarakan atas izin Kepada Suku Dinas Kebudayaan, yang pada struktur organisasinya tidak ada jabatan *public relations* melainkan seluruh PNS di Sudinbud dianjurkan serta diajarkan untuk mengutamakan pembelajaran mementingkan kebutuhan masyarakatnya sesuai dengan aturan perundang-undangan yang telah ditetapkan. Selain itu, waktu pelaksanaan proses wawancara kepada informan maupun penelitian yang tidak dapat ditentukan. Peneliti melakukan penelitian sekaligus bekerja, akan ada keterbatasan waktu

antara izin kerja serta pelaksanaan penelitian. Tidak hanya itu, dikarenakan adanya virus Covid-19, maka kemungkinan pertemuan secara langsung untuk wawancara akan ditiadakan oleh peneliti. Sehingga, wawancara akan dilakukan secara *online* dengan informan melalui *video call*.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA