

MANAJEMEN STRATEGIS KOMUNIKASI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF DINAS KETENAGAKERJAAN KOTA BANDUNG

Ricky Yoseptry^{1*}, Teti Ratnawulan², Indra Suryana³, Ferry Wibowo⁴, M. Idris
Wikarso⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Islam Nusantara, Indonesia

E-mail: rickyoseptry01@gmail.com

Abstract: Humas' strategic communication management plays a crucial role in enhancing the positive image of the Bandung Employment Service. First of all, there is a need for a deep understanding of the external and internal environments that can affect the image of the service. This research is to describe and analyze Strategic Management of Human Communication in Improving the Positive Image of Employment Services, covering formulation, implementation, and evaluation. This research uses a qualitative approach in which this research aims to analyze issues of strategic management of communication in enhancing a positive image. The research methods used in this research are descriptive. The location that will be the object of this research is the Government Intension located in Bandung City. The location of this research is located at the Bengal City Employment Service, located at R.A. A. Marta State No.4, Turangga, Lengkong District, Bandung City, West Java 40264. Integrating well-planned communication, this strategy can create message alignment across communication channels, forming a more positive public perception of the role and contribution of the Labour Service. The strategic role of communication proved to be a major driver, linking communication activities with the long-term vision of the institution and building a strong reputation. Responsiveness to the needs of the community, supported by the use of modern communication technologies, provides the ability to engage more effectively and respond quickly to emerging issues.

Keywords: *Strategic Management, Positive Image*

Abstrak: Manajemen strategis komunikasi Humas memainkan peran krusial dalam meningkatkan citra positif Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung. Pertama-tama, perlu adanya pemahaman mendalam terhadap lingkungan eksternal dan internal yang dapat memengaruhi citra dinas. penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis tentang Manajemen Strategis Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Dinas Ketenagakerjaan, meliputi formulasi, implementasi dan evaluasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif di mana penelitian ini bermaksud untuk menganalisa permasalahan tentang manajemen strategis komunikasi dalam meningkatkan citra positif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Lokasi yang akan menjadi objek penelitian ini adalah Intansi Pemerintahan yang terdapat di Kota Bandung. Lokasi Penelitian ini bertempat di Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung yang beralamat di Jl. R.A.A. Marta Negara No.4, Turangga, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40264. Integrasi komunikasi yang terencana dengan baik, strategi ini mampu menciptakan keselarasan pesan di seluruh saluran komunikasi, membentuk persepsi masyarakat yang lebih positif terhadap peran dan kontribusi Dinas Tenaga Kerja. Peran strategis komunikasi terbukti sebagai pendorong utama, mengaitkan kegiatan komunikasi dengan visi jangka panjang lembaga dan membangun reputasi yang kuat. Responsivitas terhadap kebutuhan masyarakat, ditopang oleh pemanfaatan teknologi komunikasi modern, memberikan kemampuan untuk menjalin keterlibatan yang lebih efektif dan merespon secara cepat terhadap isu-isu yang muncul.

Kata Kunci : Manajemen Strategis, Citra Positif

PENDAHULUAN

Manajemen strategis komunikasi humas memainkan peran krusial dalam meningkatkan citra positif Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung. Pertama-tama, perlu adanya pemahaman mendalam terhadap lingkungan eksternal dan internal yang dapat memengaruhi citra dinas. Analisis formulasi, implementasi dan evaluasi dapat menjadi landasan untuk merancang strategi komunikasi yang tepat. Dalam konteks ini, identifikasi kekuatan dan kelemahan Dinas Tenaga Kerja menjadi kunci. Keberhasilan dalam memanfaatkan kekuatan, seperti tenaga ahli yang kompeten dan kebijakan proaktif, perlu dikomunikasikan secara efektif kepada masyarakat. Sebaliknya, kelemahan perlu dikelola dengan transparan dan jujur, sambil menyoroti upaya perbaikan yang sedang dilakukan. Strategi komunikasi harus mampu menanggapi dinamika isu-isu ketenagakerjaan dengan cepat dan efektif. Hal ini memerlukan pembentukan tim respons krisis yang handal dan perencanaan komunikasi yang terstruktur. Dalam hal ini, keterlibatan aktif humas dalam menyusun narasi yang akurat dan mudah dipahami oleh masyarakat menjadi sangat penting. Media sosial menjadi alat utama dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat secara langsung. Oleh karena itu, manajemen strategis komunikasi harus memanfaatkan platform ini dengan bijak. Melibatkan masyarakat melalui interaksi online, menyampaikan informasi terkini, dan merespons pertanyaan atau keluhan dengan cepat akan membantu membangun hubungan positif. Selain itu, kerja sama dengan media massa juga perlu diperkuat. Membangun hubungan yang baik dengan wartawan dan memberikan informasi yang relevan dan berkualitas akan membantu menciptakan liputan yang positif terhadap Dinas Tenaga Kerja. Seminar, konferensi pers, dan kegiatan publik lainnya juga dapat digunakan sebagai sarana untuk memperkuat citra. Evaluasi berkala terhadap strategi komunikasi perlu dilakukan untuk memastikan keefektifan dan relevansinya. Dengan memonitor respons masyarakat, mengukur tingkat pemahaman terhadap informasi yang disampaikan, dan mengidentifikasi perubahan persepsi, dinas dapat menyesuaikan strategi komunikasi mereka sesuai kebutuhan. Penting untuk diingat bahwa manajemen strategis komunikasi bukanlah upaya satu kali. Dinamika lingkungan dan tuntutan masyarakat terus berubah, sehingga perencanaan komunikasi perlu diperbarui secara teratur agar tetap relevan dan efektif dalam menjaga dan meningkatkan citra positif Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung.

Instrumental input dalam penelitian ini adalah SDM dan Sarana Prasarana yang ada instansi tersebut. Semua instrumental input mendukung raw input (program kerja)

dalam Implementasi pada proses pelaksanaan mulai dari formulasi, Implementasi dan evaluasi (*environmental input*) sekretaris daerah kota dan *stakeholder* dinas ketenagakerjaan kota bandung output peningkatan kredibilitas instansi, sehingga outcome-nya peningkatan kepercayaan terhadap dinas ketenagakerjaan kota bandung dan menghasilkan citra yang positif.

Definisi strategi komunikasi yaitu paduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi guna mencapai tujuan yang ditetapkan, Raudhonah (2007) mengungkapkan bahwa strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam artian bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi serta kondisi. Dalam manajemen suatu organisasi, strategi diartikan sebagai cara, kiat, atau taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi manajemen yang terarah pada tujuan dari strategi organisasi. Menurut Onong Uchjana Effendy, strategi pada hakikatnya adalah suatu perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai tujuan tersebut, dimana strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberi arah melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana teknik operasionalnya. Pada hakikatnya strategi yang baik adalah yang dapat diimplementasikan oleh manajemen untuk mencapai sasaran sesuai rencana. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa sebuah pencapaian belum tentu bisa sesuai rencana, akan tetapi manajemen seyogyanya mampu melakukan identifikasi faktor-faktor penyebab yang mengakibatkan pencapaian dibawah target. Karena itu salah satu fungsi manajemen strategi adalah formulasi strategi. Proses formulasi strategi dilakukan dalam tiga tahap yaitu identifikasi, penyesuaian, dan keputusan. Istilah komunikasi merupakan terjemahan dari Bahasa Inggris "*Communication*" yang dikembangkan di Amerika Serikat dan komunikasi pun berasal dari unsur persuratkabaran, yakni *journalism*. Komunikasi menurut etimologi dalam "Ensiklopedia Umum" diartikan sebagai "Penghubung", Pengertian komunikasi secara etimologi ini tentu memberikan pengertian bahwa komunikasi yang dilakukan hendaknya dengan lambing-lambang atau bahasa yang mempunyai kesamaan arti antara orang yang memberi pesan dengan yang menerima pesan.

Menurut Thomas Hamidah et al., (2019) pembelajaran berbasis proyek merupakan model pembelajaran yang berbasis pada pemberian tugas berupa proyek yang dapat mengarahkan peserta didik untuk mengalami proses penyelidikan sehingga peserta didik

mampu mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap'. Sedangkan menurut Anggraini & Wulandari, (2020) "*project based learning* merupakan model pembelajaran inovatif yang berpusat pada peserta didik sehingga dapat meningkatkan prestasi dan peran aktif juga menghasilkan peningkatan kognitif peserta didik dalam proses pengajaran". Yang menjadi poin penting dalam pembelajaran berbasis proyek ini adalah berpusat pada peserta didik sehingga mendorong peran aktif peserta didik agar adanya peningkatan pengetahuan dari peserta didik. Pembelajaran berbasis proyek menerapkan penggunaan masalah sebagai langkah awal dalam mengumpulkan dan mengintegrasikan pengetahuan baru berdasarkan pengalamannya dalam beraktifitas secara nyata. Menurut Amirudin dalam Kristanti et al., (2016) 'model pembelajaran berbasis proyek memiliki keunggulan yaitu membantu peserta didik untuk merancang proses, menentukan sebuah hasil, melatih bertanggung jawab dalam mengelola informasi yang dilakukan pada sebuah proyek dan menghasilkan sebuah produk hasil yang kemudian dipresentasikan dalam kelas'.

Berdasarkan beberapa teori mengenai pembelajaran berbasis proyek, sehingga secara umum pembelajaran berbasis proyek merupakan suatu kegiatan pembelajaran yang menggunakan proyek/kegiatan sebagai proses pembelajaran untuk mencapai kompetensi sikap, pengetahuan dan ketrampilan. Penekanan pembelajaran proyek terletak pada aktivitas-aktivitas peserta didik untuk menghasilkan produk dengan menerapkan keterampilan meneliti, menganalisis, membuat, sampai dengan mempresentasikan produk pembelajaran berdasarkan pengalaman nyata. Produk-produk tersebut merupakan hasil proyek dalam bentuk desain, skema, karya tulis, karya seni, karya teknologi, prakarya, dan lain-lain. Kegiatan pembelajaran proyek ini dilakukan oleh peserta didik baik bekerja secara mandiri maupun secara berkelompok dalam menghasilkan produk. Menurut Stoller dalam Hamidah et al., (2019) 'langkah-langkah model pembelajaran berbasis proyek dalam bahasa secara garis besar terdiri atas tiga tahapan utama, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan pelaporan'. Selanjutnya diperkuat lagi menurut Hamidah et al., (2019) mengenai rincian dari ketiga tahapan tersebut antara lain: (a) Perencanaan terdiri atas lima kegiatan, yaitu menentukan topik, kegiatan prakomunikatif, menyiapkan pertanyaan arahan, mendesain proyek, dan menyusun jadwal pelaksanaan proyek. (b) Pelaksanaan terdiri atas satu kegiatan, yaitu menyelidiki dan menyelesaikan proyek yang disertai dengan pemantauan dan konsultasi guru. (c) Pelaporan terdiri atas dua kegiatan, yaitu menguji hasil dan menilai hasil proyek, dan mengevaluasi hasil proyek dan kegiatan

pembelajaran. Peran guru dalam pembelajaran berbasis proyek yaitu sebagai fasilitator, pelatih, penasehat dan perantara untuk mendapatkan hasil yang optimal sesuai dengan daya imajinasi, kreasi dan inovasi dari peserta didik.

Kreativitas peserta didik menurut Lestari & Zakiah, (2019) 'kreativitas (atau pemikiran kreatif; atau kreativitas) berkaitan dengan campuran yang kompleks antara kondisi motivasi, faktor kepribadian, kondisi lingkungan, faktor kebetulan, dan bahkan produk; semua berkontribusi terhadap ide-ide baru dan orisinal.' Dalam konteks pembelajaran peserta didik, kreativitas merujuk pada kemampuan berpikir secara kreatif, menghasilkan ide-ide baru, dan menemukan solusi inovatif terhadap masalah atau tugas yang diberikan. Peserta didik dapat membangun cara berfikir yang memang lebih terencana, tersusun dan bisa menghasilkan suatu karya tidak terbatas pada seni tetapi kemampuan berpikir berbeda, berimajinasi untuk menciptakan hal-hal yang baru. Kemampuan berpikir kreatif adalah kemampuan individu untuk menggunakan pikiran dalam menghasilkan ide-ide orisinal, kemungkinan hal baru, dan penemuan baru berdasarkan orisinalitas dalam prosesnya.

Definisi strategi komunikasi yaitu paduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi guna mencapai tujuan yang ditetapkan. Raudhonah (2007) mengungkapkan bahwa strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam artian bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi serta kondisi.

Ada tiga tahap dalam strategi menurut Wahyudi (1996) yang meliputi pembuatan strategi, penerapan dan evaluasi. Berikut penjelasan ketiga tahap tersebut. 1. Perumusan Strategi pada tahap ini perumusan strategi meliputi pengembangan misi dan tujuan jangka panjang, pengidentifikasian peluang dan ancaman dari luar serta kekuatan dan kelemahan perusahaan, pengembangan alternatif-alternatif strategi dan penentuan strategi yang sesuai untuk diadopsi 2. Penerapan Strategi: Penerapan strategi meliputi penentuan sasaran- sasaran operasional tahunan, kebijakan perusahaan, memotivasi karyawan dan mengalokasikan sumber-sumber daya agar strategi yang telah ditetapkan dapat diimplementasikan. 3. Evaluasi Strategi: Tahap evaluasi strategi yaitu mencakup usaha-usaha yang memiliki tujuan untuk memonitor seluruh hasil-hasil dari pembuatan dan penerapan strategi, termasuk mengukur kinerja individu dan kinerja perusahaan serta mengambil langkah-langkah perbaikan jika diperlukan. Dapat disimpulkan bahwa hasil

serta pencapaian dari tujuan adalah timbal balik dari dilaluinya tahapan-tahapan strategi komunikasi yang terarah, sistematis, dan tertata secara optimal. Adanya strategi ini sebagai pedoman dalam berproses guna mencapai tujuan tersebut..

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif di mana penelitian ini bermaksud untuk menganalisa permasalahan tentang manajemen strategis komunikasi humas dalam meningkatkan citra positif dinas tenaga kerja kota bandung. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alami, dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan datanya dilakukan secara triangulasi (gabungan), data yang dihasilkan bersifat deskriptif, dan analisis induktif. Hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Lingkup penelitian ini merupakan penelitian tentang manajemen strategis komunikasi humas dalam meningkatkan citra positif dinas tenaga kerja kota bandung. Penelitian ini juga merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan tipe penelitian deskriptif..

Adapun teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Observasi atau pengamatan adalah metode pengumpulan data di mana peneliti mencatat informasi sebagaimana yang disaksikan selama proses penelitian berlangsung. Observasi merupakan kegiatan mengumpulkan data yang dilakukan oleh peneliti dengan cara melihat, mengamati, serta mencatat fenomena-fenomena yang ditemukan di lapangan. Menurut Nasution yang dikutip oleh Sugiyono (2021:297) bahwa ‘observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para peneliti bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh dengan observasi, Secara umum, teknik observasi ini digunakan untuk mengamati secara langsung di lapangan untuk memperoleh gambaran secara jelas dan mengetahui secara langsung mengenai proses komunikasi antar pekerja di lembaga/lokus yang diteliti. Menurut Sugiyono (2016:231) “wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur, dimana wawancara semi terstruktur lebih mendalam, lebih bebas dalam pelaksanaannya, ingin menemukan permasalahan lebih terbuka untuk mendapatkan pendapat dan ide- ide dari informan atau responden. Dalam wawancara peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa

yang dikemukakan oleh informan atau responden. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Pendapat ini juga senada dengan Sugiyono (2016:395) yang menyatakan bahwa “dokumentasi adalah sebuah dokumen yang bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil penelitian di Dinas Ketenagakerjaan kota Bandung melalui observasi, wawancara dan studi dokumentasi diperoleh hasil temuan penelitian yang merujuk pada 3 aspek penting dalam manajemen strategis (1) Formulasi, (2) Implementasi, (3) Evaluasi, adalah sebagai berikut

1. Formulasi Manajemen Strategis Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung.

Temuan hasil penelitian tentang Manajemen Strategis Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung mencakup berbagai aspek yang relevan dengan respons staf humas, masyarakat terhadap perubahan dalam komunikasi secara langsung ataupun tidak langsung. Berikut beberapa temuan umum yang dapat peneliti temukan dalam penelitian ini.

- a) Strategi komunikasi humas melibatkan pengoptimalan media sosial, faktor internal, dan faktor eksternal
- b) Tujuan strategi komunikasi humas adalah untuk menyampaikan pesan yang benar dan jelas, serta memperoleh pemahaman, penerimaan, dan tindakan dari para pemangku kepentingan
- c) Pendekatan hubungan yang harmonis diperlukan untuk membangun hubungan baik dengan pemangku kepentingan internal dan eksternal
- d) Strategi komunikasi humas yang efektif dapat membantu membangun citra positif perusahaan atau organisasi

2. Implementasi Manajemen Strategis Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung.

Langkah selanjutnya yang dilakukan adalah proses Implementasi atau pelaksanaan humas mengelola konten media social untuk meningkatkan citra positif.

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa strategi komunikasi humas yang efektif dalam meningkatkan citra positif meliputi :

- a) strategi kerjasama: Melibatkan kerjasama antara pihak internal dan pihak eksternal untuk menciptakan pesan yang konsisten dan efektif
- b) Strategi promotif: Menggunakan promosi yang menarik dan informatif untuk menyampaikan pesan dan meningkatkan citra perusahaan atau organisasi
- c) Pengoptimalan media sosial: Menggunakan media sosial untuk menyampaikan pesan dan meningkatkan interaksi dengan publik
- d) Pengembangan program edukatif-informatif: Menyampaikan informasi dan pesan yang benar dan jelas melalui program edukatif-informatif, seperti acara dan pertemuan diskusi
- e) Pendekatan hubungan yang harmonis: Membangun hubungan yang baik dengan publik internal dan eksternal untuk menyampaikan pesan dan meningkatkan citra positif

3. Evaluasi Manajemen Strategis Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung

Proses evaluasi bagi divisi humas DISNAKER Kota Bandung merupakan salah satu tahapan penting dalam peningkatan citra positif terhadap institusi proses evaluasi tersebut mengacu pada beberapa factor kunci, berikut adalah beberapa elemen yang dapat diperhatikan dalam evaluasi terhadap Humas Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung.

1. Peninjauan tujuan strategi komunikasi humas. Seberapa jelas dan terukurkah tujuan tersebut
2. sejauh mana pesan dan strategi sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi audiens.
3. konsistensi pesan untuk memastikan bahwa pesan yang diinginkan dapat diidentifikasi dan dipahami oleh audiens
4. ualitas konten komunikasi humas melibatkan pertimbangan sejauh mana konten tersebut informatif, relevan, dan menarik bagi audiens
5. memiliki respons yang efektif terhadap isu atau krisis yang mungkin muncul
6. keefektifan penggunaan platform digital untuk mencapai tujuan komunikasi

Evaluasi yang baik harus bersifat terus-menerus dan melibatkan pengumpulan data kuantitatif dan kualitatif. *Feedback* dari audiens, analisis

trend media, dan indikator kinerja lainnya dapat memberikan wawasan berharga tentang seberapa baik manajemen strategi humas berkontribusi terhadap citra positif organisasi

Pembahasan

Pembahasan yang diuraikan peneliti sebagai hasil temuan yang telah dilaksanakan di Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung. Bagian ini menggambarkan hasil penelitian sesuai dengan pertanyaan penelitian yang melibatkan aspek formulasi, implementasi dan evaluasi. Penjelasan ini bertindak sebagai respons terhadap pertanyaan penelitian yang telah diajukan dalam bab sebelumnya..

1. Formulasi Pada Manajemen Strategis Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung

Formulasi manajemen strategis komunikasi humas dalam meningkatkan citra positif Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung melibatkan sejumlah aspek penting. Beberapa penelitian terkait seperti Kholisoh & Yenita (2015) strategi manajemen humas dalam membangun citra positif lembaga pemerintah dan pendidikan dapat memberikan wawasan yang relevan. Misalnya, strategi yang diterapkan oleh manajer humas dalam membangun citra madrasah melibatkan pemahaman akan keadaan internal dan eksternal. Selain itu, Ayudia & Wulandari (2021) juga mengatakan strategi komunikasi humas melalui media sosial juga dapat menjadi bagian penting dalam upaya memperkuat citra pemerintahan kota. Dengan demikian, formulasi manajemen strategis komunikasi humas dalam konteks Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung dapat melibatkan pemahaman mendalam akan keadaan internal dan eksternal, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi yang efektif.

2. Implementasi Manajemen Pada Strategis Komunikasi Humas dalam meningkatkan citra positif Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung

Implementasi manajemen strategis komunikasi humas dalam meningkatkan citra positif Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung dapat mengacu pada beberapa aspek yang relevan. Beberapa penelitian menyoroti strategi komunikasi humas dalam membangun citra positif lembaga pemerintah dan pendidikan. Sebagai contoh penelitian Herlina (2015) implementasi humas perlu ditelaah secara holistik, sehingga diharapkan peran humas di suatu lembaga dapat meningkatkan citra yang berpengaruh pada nilai lembaga tersebut. Selain itu, strategi komunikasi humas

melalui media sosial juga dapat menjadi bagian penting dalam upaya memperkuat citra pemerintahan kota dengan demikian, implementasi manajemen strategis komunikasi humas dalam konteks Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung dapat melibatkan pendekatan holistik, termasuk pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi yang efektif..

3. Evaluasi Pada Manajemen Strategis Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung

Evaluasi manajemen strategis komunikasi humas dalam meningkatkan citra positif Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung melibatkan beberapa aspek penting yang terkait dengan strategi komunikasi dan penggunaan media sosial. Berikut ini adalah beberapa poin penting yang terkait dengan evaluasi manajemen strategis komunikasi humas:

- a) Pemahaman kebutuhan masyarakat: Manajemen strategis komunikasi humas harus memahami kebutuhan dan perspektif masyarakat, serta menjaga hubungan yang baik antara institusi dan masyarakat dengan memahami kebutuhan masyarakat, humas dapat menyesuaikan strategi komunikasi yang lebih efektif untuk meningkatkan citra positif Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung.
- b) Penggunaan media sosial: Penelitian seperti yang dilakukan oleh Humas Setda Kota Bandung menunjukkan pentingnya strategi komunikasi melalui media sosial dalam membangun citra pemerintahan kota. Dalam konteks ini, Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung juga dapat memperhatikan penggunaan media sosial sebagai alat untuk meningkatkan interaksi dan komunikasi dengan masyarakat.
- c) Evaluasi manajemen strategis komunikasi humas melibatkan menganalisis keberhasilan dan kekurangan dalam komunikasi humas. Hasil analisis ini memungkinkan humas untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan mengembangkan strategi yang efektif untuk meningkatkan citra positif Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung.
- d) Pengambilan kesimpulan: Hasil penelitian dan analisis strateg komunikasi humas dapat disimpulkan dalam bentuk kesimpulan yang dapat diadopsi oleh Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif dalam meningkatkan citra positif mereka.

Dalam evaluasi manajemen strategis komunikasi humas dalam meningkatkan citra positif Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung, penting untuk mempertimbangkan pemahaman kebutuhan masyarakat, penggunaan media sosial, analisis keberhasilan dan kekurangan, serta pengambilan kesimpulan yang tepat. Dengan mengikuti langkah-langkah ini, Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung dapat meningkatkan citra positif mereka dan memperkuat hubungan antara institusi dan masyarakat.

SIMPULAN

Penerapan Manajemen Strategis Komunikasi Humas untuk Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung menunjukkan peran krusial dalam meningkatkan citra positif lembaga. Melalui integrasi komunikasi yang terencana dengan baik, strategi ini mampu menciptakan keselarasan pesan di seluruh saluran komunikasi, membentuk persepsi masyarakat yang lebih positif terhadap peran dan kontribusi Dinas Tenaga Kerja. Peran strategis komunikasi terbukti sebagai pendorong utama, mengaitkan kegiatan komunikasi dengan visi jangka panjang lembaga dan membangun reputasi yang kuat. Responsivitas terhadap kebutuhan masyarakat, ditopang oleh pemanfaatan teknologi komunikasi modern, memberikan kemampuan untuk menjalin keterlibatan yang lebih efektif dan merespon secara cepat terhadap isu-isu yang muncul. Evaluasi terus menerus dan penyesuaian formulasi menegaskan pendekatan yang adaptif, memastikan bahwa Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung dapat terus berkembang dan memelihara citra positifnya dalam menghadapi dinamika lingkungan komunikasi. Secara keseluruhan, manajemen strategis komunikasi humas membentuk fondasi yang kokoh untuk memperkuat hubungan dengan masyarakat dan mencapai tujuan-tujuan lembaga dengan lebih efektif..

SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa rekomendasi yang dapat peneliti berikan diantaranya sebagai berikut: Bagi Dinas Pendidikan Jawa Barat, Dinas Ketenagakerjaan Bandung dapat meningkatkan citra positifnya melalui beberapa langkah strategis dalam Manajemen Strategis Komunikasi Humas. Pertama, mereka dapat memperkuat integrasi komunikasi dengan memastikan konsistensi pesan di berbagai saluran, termasuk media sosial dan situs web.

UCAPAN TERIMA KASIH

Yang pertama, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat Dr. Ricky Yoseptry, M.M.Pd. dan Dr. Hj. Teti Ratnawulan, M.M.Pd., selaku Dosen Pengampu mata kuliah Metodologi dan Etika Penelitian Ilmiah, yang telah meluangkan waktu, curahan tenaga dan pikiran serta saran yang bermanfaat bagi penyusunan tugas makalah ini. Selanjutnya, ucapan terima kasih penyusun sampaikan kepada yang terhormat Dr. Deti Rostini, M.Pd. selaku Ketua Program Studi Magister Administrasi Pendidikan Universitas Islam Nusantara, kepada Dr. Eva Diana Wasliman, M.Pd. selaku Sekretaris Program Studi Magister Pendidikan Universitas Islam Nusantara, serta kepada Bapak/Ibu Guru Besar dan Dosen Program Studi Magister Pendidikan Universitas Islam Nusantara. Selanjutnya, ucapan terima kasih penyusun juga sampaikan kepada yang terhormat kepada Pihak Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung selaku Koordinator Pelaksana Kesekretariatan di bidadng humas.

DAFTAR RUJUKAN

- Akuntono, I. (2012, 01 09). Mengenal Jenis-Jenis Beasiswa. Retrieved from Kompas.com:
<https://edukasi.kompas.com/read/2012/01/09/09071249/Mengenal.Jenis-jenis.Beasiswa>
- Anggraini, P. D., & Wulandari, S. S. (2020). Analisis Penggunaan Model Pembelajaran Project Based Learning Dalam Peningkatan Keaktifan Siswa. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 9(2), 292–299.
<https://doi.org/10.26740/jpap.v9n2.p292-299>
- Ayudia, A. P., & Wulandari, S. S. (2021). Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Probolinggo. *Journal of Office Administration: Education and Practice*, 1(2), 249–268.
- Chandra, R. (2016). Dasar-dasar manajemen. Medan: Perdana Publishing.
- Hamidah, H., Rabbani, T. A. S., Fauziah, S., Puspita, R. A., Gasalba, R. A., & Nirwansyah. (2019). *Modul Model Pembelajaran Berbasis Proyek Berorientasi HOTS*. SEAMEO QTEP in Language.
- Herlina, S. (2015). Strategi komunikasi humas dalam membentuk citra pemerintahan di kota malang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 4(3).

- 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.
- Kristanti, Y. D., Subiki, & Handayani, R. D. (2016). Model Pembelajaran Berbasis Proyek (Project Based Learning Model) pada Pembelajaran Fisika di SMA. *Jurnal Pembelajaran Fisika*, 5(2), 122–128.
- Lestari, I., & Zakiah, L. (2019). *Kreativitas dalam Konteks Pembelajaran*. Erzatama Karya Abadi.
- Moleong, L.J. 2017. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muthmainnah, V. N. (2023). Pengaruh Beasiswa Terhadap Prestasi Belajar Siswa. *Management Of Education*, ISSN (p): 2442-4048 | ISSN (e): 2808-408X.
- Putera, A. R. (2022). Penjaminan Mutu Pendidikan. Kalimantan Selatan: CV. AHBAB PUSTAKA.
- Putra. (2023, Juli 12). Unsur Unsur Manajemen: Pendapat Para Ahli dan Penjelasannya. Retrieved from Artikel Pendidikan: <https://artikelpendidikan.id/unsur-unsur-manajemen/>
- Rahmawan, Fauzi Praja. 2016. Efektivitas Penyampaian Informasi Program Character Building Pada Penerima Beasiswa Plus PT. Djarum Regional Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia. Repository.upi.edu
- Rohiat, 2012, Manajemen Sekolah, Bandung: Revika Aditama
- STAIN Kediri, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Kediri: STAIN Press, 2016), 71. <https://penerbitdeepublish.com/reduksi-data>
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- S. Margono, 2004, Metodologi Penelitian Pendidikan, Jakarta, Rineka Cipta. Sudarwan Danim dan Suparno, 2012, Menjadi Pemimpin Besar Visioner Berkarakter, Bandung: Alfabeta.
- Sudaryono, 2013, Gaguk Margono, Wardani Rahayu, Pengembangan Instrumen Penelitian Pendidikan, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiono, 2005, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta.