

Peran Tim Humas: Studi Kasus Pengelolaan Citra Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo di Era Digital

The Role of Public Relations Team: Case Study of Image Management in the Governor of Central Java, Ganjar Pranowo in the Digital Era

Novian Anata Putra¹⁾, Ema Oktoviani Raharjo²⁾

¹ Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian Komunikasi dan Informatika (BPSDMP Kominfo) Yogyakarta

² Alumni Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

¹Jl. Imogiri Barat Km5, Sewon, Bantul, D.I.Yogyakarta

² Jl. Sosio Yustisia No.1, Depok, Sleman, D.I.Yogyakarta

novi010@kominfo.go.id¹⁾, emmraharjo@gmail.com²⁾

Diterima: 6 Desember 2019 || Revisi: 14 Agustus 2020 || Disetujui: 7 September 2020

Abstrak – Era digital memaksa para pekerja humas mengelola citra dengan cara baru. Mereka tidak bisa lagi hanya mengandalkan pengelolaan media massa. Dorongan konvergensi media ini juga membuat pergeseran di ranah komunikasi politik. Ganjar Pranowo menjadi salah satu kepala daerah/gubernur yang berhasil mengelola citranya dengan segala perubahan dari era konvergensi ini. Selain itu, meski Ganjar adalah kepala pemerintahan, citranya tidak hanya dikelola oleh humas pemerintah saja, bahkan porsi Bagian Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah terbilang paling kecil. Ada dua tim lain yang dibentuk atas inisiasi Ganjar untuk mengelola citranya. Penelitian kualitatif dengan metode studi kasus ini akan menggambarkan secara dalam citra seorang Ganjar Pranowo dikelola di era digital oleh ketiga tim ini. Hasilnya menunjukkan jelas humas pemerintah daerah masih belum bisa bekerja sendiri. Namun jika melihat kinerja kolaborasi ketiga tim, pengelola citra ini masuk pada tataran ideal. Selain itu, ditemukan peran data yang menjadi kunci utama dalam pengelolaannya.

Kata Kunci: citra, humas pemerintah, gubernur, konvergensi media

Abstract – Digital era forced public relations to manage the images in new ways. As a result, they could not rely only on the management of mass media. The impulse of media convergence influences a shift in political communication. Ganjar Pranowo became one of the governors who manage their image with all the changes from this era of convergence. Even though Ganjar is the head of government, his image is not only managed by government public relations. Bagian Humas Provinsi Jawa Tengah is one of the section which takes the smallest part in managing the image of Ganjar Prabowo. There are two other teams formed at the initiation of Ganjar to manage its image. A qualitative research with case study method will conducted in this research. The aim of this research is to describe the image management of Ganjar Pranowo in the digital era. The results show clearly that government public relations is still unable to work alone. But if you look at the collaboration performance of the three teams, this image manager is at the ideal level. In addition, the role of data is the main key in its management.

Keywords: image, government public relation, governors, media convergence

PENDAHULUAN

Media digital telah mendorong banyak perubahan baru khususnya dalam pengelolaan citra. Salah satunya dalam pemilihan media. Jenkins (2004) telah memperingatkan bahwa kekuatan media massa seperti TV, radio, dan media massa konvensional lain akan menemukan lawan yang seimbang pada era digital. Era di mana akan ada dorongan besar ke arah konvergensi media. Namun, dari penelitian yang ada (Arisanty, 2009; Lubis, 2012; Putra N. A., 2017), kenyataannya masih ada humas pemerintah daerah yang masih hanya mengandalkan media *relations* dari media massa konvensional dalam membangun citra. Dengan

pemikiran tersebut, citra para pimpinan daerah hanya akan bergantung pada semakin banyaknya alokasi jumlah belanja media dalam humas pemerintah daerah. Padahal tren komunikasi politik telah bergeser seiring dengan perkembangan zaman. Bagi Utomo (2013), pergeseran itu ditandai oleh kemenangan Jokowi-Basuki Tjahaya Purnama (Ahok) dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) DKI Jakarta tahun 2012. Dengan kemenangan itu memunculkan gambaran tumbangannya oligarki partai politik, gejala pemilih kritis yang diinisiasi kelas menengah, serta menguatnya popularitas tokoh politik dalam pemilihan umum, dan kesemuanya didukung oleh keberadaan media sosial.

Hasil tersebut perlu dijadikan catatan karena kepala daerah merupakan jabatan politik yang diisi oleh tokoh politik pula. Jadi citra gubernur tidak bisa dilepaskan dari citra politiknya.

Dalam konteks politik, terutama dalam sistem demokrasi, popularitas partai dan atau popularitas kader adalah keniscayaan. Partai atau politisi (kader partai) dengan ideologi, visi, misi, dan program yang baik tidak akan menjadi pilihan jika tidak populer. Artinya bahwa partai atau politisi dengan kemasam yang ideal tanpa komunikasi yang tepat menjadi tidak maksimal dalam perolehan suara (Lampe, 2010).

Tidak dapat dipungkiri munculnya transformasi komunikasi politik dan pergeseran cara pengelolaan citra tokoh politik sebagai konsekuensi kemajuan teknologi. Salah satunya dengan hadirnya saluran komunikasi alternatif selain media massa, seperti pertumbuhan media sosial di Indonesia. Bahkan pertumbuhan media sosial di Indonesia tidak dapat dianggap remeh. Menurut catatan *we are social* (2020), pengguna internet di Indonesia sebanyak 175,4 juta. Angka ini naik 17% atau sebesar 25 juta dibanding tahun sebelumnya. Angka itu selanjutnya disusul dengan jumlah pengguna media sosial di Indonesia sejumlah 160 juta, lebih dari separuh populasi di Indonesia. Dengan jumlah yang besar ini, jelas memengaruhi dinamika politik di negeri ini (Nugroho & Syarief, 2012).

Perubahan ini tidak hanya memengaruhi pengelolaan citra politik dan pemerintahan saja. Kietzmann dkk., (2011) menyatakan perkembangan media baru khususnya media sosial sangat berdampak signifikan terhadap pengelolaan citra di dunia bisnis seperti reputasi perusahaan dan penjualan. Dengan adanya logika kecerdasan kolektif melalui media sosial, tampak bahwa komunikasi pemerintahan (maupun korporasi) telah mengalami demokratisasi (Jenkins, 2006). Kekuasaan penuh dari tim humas dan tim *marketing*, sebagian telah diambil oleh individu dan komunitas (*netizen*) yang menciptakan, membagi, dan mengonsumsi blog maupun *cuitan* dari media sosial. Namun sampai saat ini masih belum banyak yang mulai serius merespon kehadiran media baru ini (Kietzmann, dkk., 2011). Tidak hanya industri dan bisnis yang perlu menjaga reputasi, pemerintah juga perlu menjaganya demi efektifitas kinerjanya (Hand & Ching, 2011).

Selain pergeseran medium dampak dari era konvergensi, tantangan yang harus dihadapi pemerintah berkaitan dengan banjir informasi yang

terjadi. Meskipun tren informasi menyesatkan yang saat ini populer dengan sebutan *hoaks*, telah muncul jauh sebelum media baru hadir. Namun dalam perkembangannya, semakin pesat dengan berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi. Bahkan ilmu pengetahuan dan sejarah yang telah lama dipahami sebagai kebenaran, di era media baru semua kembali diperdebatkan (Lewandowsky, dkk., 2013). Piliang (2010) menggambarkan fenomena ini dengan konsep realitas semu, yang mampu mengubah fantasi, halusinasi, ilusi, atau *science-fiction* menjadi seolah nyata; mampu mereproduksi ulang masa lalu dan nostalgia; mampu melipat-lipat dunia sehingga tak lebih luas dari sebuah genggam tangan.

Dengan perkembangan era digital ini mendorong cakupan komunikasi dalam pengelolaan citra dengan saluran yang jauh lebih luas dan beragam. Namun hal ini masih belum sejalan dengan fakta belum optimalnya peran humas pemerintah daerah dalam membangun citra pemimpin daerah (Putra I. G., 2008). Humas dibentuk karena pemerintah menyentuh hampir semua aspek masyarakat, dan hampir setiap aspek pemerintahan terkait erat dengan dan bergantung pada hubungan masyarakat (Cutlip dkk., 2009; Moore, 2004). Dengan pelaksanaan peran humas pemerintah, tujuan akhirnya adalah untuk membentuk citra positif tentang pemerintah khususnya kepala daerah di mata masyarakatnya. Citra dalam konteks humas diartikan sebagai kesan, gambaran, atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan) atas sosok keberadaan berbagai kebijakan personal atau jasa-jasa dari suatu organisasi atau perusahaan (Jefkins, 1992). Kekuatan utama dalam penggunaan media untuk komunikasi politik adalah membangun opini publik, citra politik berkaitan dengan pembentukan opini publik (Cangara, 2013). Pada hakikatnya opini publik politik terbangun melalui citra politik, sedangkan citra politik terwujud sebagai konsekuensi kognisi dari komunikasi politik (Robert dalam Arifin, 2013).

Kembali pada era digital, transaksi informasi antar masyarakat terjadi begitu cepatnya. Konsekuensi logis yang terjadi, media baru dapat meningkatkan partisipasi politik (Dahlgren, 2013). Hal inilah yang saat ini mendorong banyak aktor politik, salah satunya kepala daerah, semakin dikenal oleh masyarakat luas. Bahkan kepala daerah yang populer saat ini tidak hanya dikenal oleh masyarakat di daerahnya saja. Gambaran ini terlihat jelas di Pulau Jawa dengan pengguna internet tertinggi dibanding daerah lain, 46,4% (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2016).

Beberapa kepala daerah di Pulau Jawa selalu muncul dalam pemeringkatan popularitas kepala daerah yang dilakukan oleh beberapa lembaga survei dan media massa nasional. Salah satu nama kepala daerah yang selalu muncul sebagai kepala daerah terpopuler adalah Ganjar Pranowo, Gubernur Jawa Tengah. Citra yang dibangun Ganjar ini terbilang sukses, utamanya ketika mengoptimalkan kemajuan teknologi informasi dan media baru. Dengan catatan, Jawa Tengah adalah provinsi ketiga pengguna internet tertinggi di Indonesia (APJII, 2014).

Tahun 2015, Gubernur Ganjar Pranowo termasuk satu dari lima kepala daerah yang paling menyita perhatian menurut Kompas (Wahono, 2015). Selain itu, sosok yang sebelumnya menjadi anggota DPR RI dua periode ini juga masuk sebagai salah satu dari lima kepala daerah terpopuler di sosial media instagram (Wardani, 2017). Menurut survei yang dilakukan Lembaga Kajian Pemilu Indonesia (LKPI), pada pertengahan tahun 2017, tingkat popularitas Gubernur Ganjar Pranowo berada di peringkat paling atas dibanding para kandidat lain dengan 78,8% menjelang Pemilihan Gubernur 2018 (Saputra, 2017)

Ketika Ganjar Pranowo mulai memimpin Provinsi Jawa Tengah sejak 23 Agustus 2013, popularitasnya belum sebaik itu. Bahkan ketika berjuang dalam pencalonan dirinya sebagai Gubernur Jawa Tengah di tahun 2013, popularitas Ganjar Pranowo paling rendah dibanding pasangan lain (Soetomo, 2015). Tahun 2014, Ganjar mulai menyita perhatian publik saat mengeluarkan kemarahan pada petugas Dinas Perhubungan Jawa Tengah yang melakukan pungutan liar (pungli) saat melakukan inspeksi mendadak di Jembatan Timbang Subah, Kabupaten Batang. Setelahnya, banyak lagi aktivitas dan kebijakan Gubernur Ganjar Pranowo yang menarik perhatian masyarakat sehingga namanya terus menjadi topik perhatian media arus utama dan juga menjadi pembahasan di media sosial. Tidak hanya isu yang baik untuk citra dirinya, tak jarang nama Gubernur Ganjar Pranowo juga muncul dalam isu negatif yang tentunya melemahkan citranya, seperti dalam kasus mega korupsi E-KTP dan kasus sengketa pembangunan pabrik Semen Indonesia di Rembang. Dalam berbagai isu negatif ini, citra Gubernur Ganjar Pranowo sangat dipertaruhkan, terlebih dengan rencana pencalonan diri kembali sang Gubernur dalam Pilkada tahun 2018.

Namun nyatanya, berbagai isu termasuk isu negatif ini tidak lama berdampak pada citra Ganjar Pranowo. Hal ini terbukti dari hasil survei elektabilitas dan

popularitas Ganjar yang masih tertinggi dibanding pasangan lain dalam persaingan pemilukada 2018 (Ridhoi, 2018). Tidak berhenti di survei, Ganjar Pranowo nyatanya kembali berhasil memenangkan Pemilihan Gubernur Jawa Tengah 2018 berpasangan dengan Taj Yasin. Kemenangan ini juga mempertegas bukti bahwa Ganjar beserta pemerintahan yang dipimpinnya berhasil mengelola citra dan popularitas selama menjabat Gubernur Jawa Tengah periode pertama.

Topik ini menjadi semakin menarik ketika peneliti menemukan bahwa Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah ternyata tidak bekerja sendiri dalam mengelola citra sang Gubernurnya. Bahkan peran Humas Pemerintah Jawa Tengah justru terbilang paling kecil. Ada dua tim lain yang dibentuk atas inisiasi Ganjar Pranowo untuk mengelola citra dirinya. Dua tim tersebut adalah Tim *Situation Room* dan Tim Puri Gedeh. Yang membedakan keduanya adalah Tim *Situation Room* merupakan bagian dari sistem pemerintahan Provinsi Jawa Tengah, sedangkan Tim Puri Gedeh adalah tim media/humas pribadi yang dibiayai dari dana pribadi sang Gubernur, Ganjar Pranowo. Tim ini terlepas dari sistem birokrasi yang berorientasi pada pribadi Ganjar Pranowo sebagai politisi. Meski berbeda, kinerja Tim Puri Gedeh bersama dua tim lain, tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lainnya.

Dari sumber penelitian sebelumnya, ternyata belum banyak penelitian yang mengangkat tema citra para politisi (termasuk gubernur) pada masa jabatan berjalan. Tema pengelolaan citra ini banyak diteliti hanya ketika tibanya masa kampanye dan pilkada digelar, seperti penelitian yang dilakukan Hemay dan Munandar (2016) yang meneliti tentang citra kandidat gubernur dalam pilkada 2015. Soleman, dkk., (2015) justru khusus mencermati pencitraan politik, namun konteks yang digunakan adalah rentang waktu pilkada pascapemilu 2014. Wulandari (2013) juga melakukan penelitian tentang citra politik namun hanya dalam periode pilkada Gubernur Kalimantan Timur Tahun 2013. Sedangkan Sahab (2017) melakukan penelitian tentang citra Walikota Surabaya, Tri Rismaharini. Survei yang dilakukan juga berkaitan dengan kampanye pencalonan Ibu Risma sebagai Walikota Surabaya periode kedua. Senada dengan itu, Sandra (2013), melakukan penelitian *political branding* Jokowi juga selama masa kampanye pemilu Gubernur DKI Jakarta 2012. Dalam membangun citra dan popularitas tidak hanya pada masa kampanye

pemilihan saja. Akan ada bagian yang hilang jika berbicara *marketing* politik kepala daerah hanya pada saat menjelang pemilukada. Oleh karenanya, penelitian ini berusaha menggambarkan secara utuh keseluruhan proses pengelolaan citra Ganjar Pranowo di tengah perubahan yang terjadi di era digital.

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktifisme (Sangaji & Sopiah, 2010). Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah studi kasus. Alasan studi kasus dipilih karena kemampuan metode ini memberi ruang luas kepada peneliti untuk bersentuhan langsung dengan berbagai aktivitas dan operasi kasus yang diteliti seraya merefleksikan dan merevisi makna yang bermunculan, senada dengan yang dikatakan Stake dalam Denzin & Lincoln (2009: 309-310).

Objek penelitian ini adalah seluruh kegiatan pengelolaan citra Ganjar Pranowo ketika menjabat sebagai Gubernur Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2013. Catatan tambahan untuk Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dalam artikel ini adalah humas yang berada di bawah Sekretaris Daerah. Karena humas pemerintah inilah yang fokus pada citra kepala daerah/gubernur. Sedang humas pemerintah yang berada di Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Tengah (dengan adanya Permen Kominfo nomor 14 tahun 2016, humas pemerintah daerah seharusnya berada di bawah Dinas Komunikasi dan Informatika) lebih fokus pada citra daerah secara umum.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dengan triangulasi data dengan menerapkan metode wawancara mendalam, observasi, dan telaah dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan untuk menemukan gambaran besar atas fungsi, peran, dan model komunikasi dari kedua tim ditambah Bagian Humas Provinsi Jawa Tengah (berperan mulai tahun 2017). Informan dari Tim Puri Gedeh merupakan informan istimewa karena sebenarnya tim ini bekerja di bawah permukaan dan cenderung rahasia. Tidak semua orang bisa mendapatkan akses untuk menggali data ini. Dengan kedekatan hubungan keluarga (saudara/kakak kandung) memungkinkan kedua peneliti dapat menggali data seluas-luasnya. Kedekatan ini pula yang membuka akses data yang luas dari informan lainnya (lihat Tabel 1).

Tabel 1 Daftar Informan

No.	Nama Informan	Kedudukan Informan
1.	Anton Sudibyo	Anggota Tim Puri Gedeh
2.	Hanung Cahyo Saputro	Kepala Bagian Tata Usaha dan Rumah Tangga Pimpinan (Ketua Tim Situation Room)
3.	Lilik Henry Ristanto	Kepala Bagian Humas dan Protokol (2017)
4.	Susilowati	Staf/Divisi Analisis Media
5.	Akmaluddin	Tenaga Kontrak/Divisi Desain Grafis
6.	Prihati Puji Utami	Tenaga Kontrak/Divisi Analisis Media
7.	Toto Sumarmo	Kepala Seksi Tata Kelola e-Government Dinas Kominfo Jawa Tengah
8.	Daniel Ari Purnomo	Wartawan <i>Tribun Jateng</i> (Ditugaskan untuk meliput berita pemerintahan Jawa Tengah)

Teknik pengumpulan data selanjutnya yakni observasi. Observasi termasuk melakukan pengamatan mendalam berkaitan dengan *tools* yang digunakan oleh ketiga tim, termasuk (*Intelligent Media Management*) IMM dan (*Government Resource Media System*) GRMS. Observasi juga dilakukan pada data yang tidak boleh disalin, seperti percakapan langsung melalui aplikasi *WhatsApp* antara tim dengan gubernur. Teknik selanjutnya dilakukan telaah dokumentasi. Dalam penelitian ini, data dokumentasi berasal dari dua sumber, yaitu dari internal dan eksternal Pemerintah Provinsi Jawa Tengah.

Penelitian ini menggunakan triangulasi sebagai uji validitas dalam mempertajam hasil analisis data. Validitas data penelitian ini dilakukan menggunakan triangulasi metode dengan mencocokkan data dari beberapa metode pengumpulan data yang telah disebutkan sebelumnya. Selain itu juga proses validitas juga menggunakan triangulasi sumber, terlebih ketika mencocokkan hasil data temuan penelitian di antara ketiga tim pengelola citra Gubernur Jawa Tengah. Karena ketiga tim ini mengelola hal yang hampir bersinggungan, yaitu berkaitan dengan citra Ganjar Pranowo.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan strategi analisis yakni pendasaran teoretis dan analisis perbandingan pola (Yin, 2002). Peneliti akan membandingkan data pola peran humas atau aktivitas yang senyatanya terjadi pada ketiga tim, Tim Puri Gedeh, Tim *Situation Room*, dan Bagian Humas dan Protokol.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian awal ini akan dijelaskan secara umum tim pokok pengelola Citra Ganjar Pranowo sebagai Gubernur Jawa Tengah yaitu Tim Puri Gedeh dan Tim

Situation Room. Pertama adalah Tim Puri Gedeh. Sebenarnya tim ini tidak memiliki nama resmi, ada juga yang menyebut sebagai Tim Media. Sebutan Tim Puri Gedeh lahir karena awalnya tim ini bekerja di Puri Gedeh, rumah dinas Gubernur Jawa Tengah. Tim Puri Gedeh merupakan tim humas personal Ganjar Pranowo dan tidak berada di dalam struktur Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. Meski demikian karena kedekatan Tim Puri Gedeh dan Ganjar Pranowo, tim ini dapat berkoordinasi dengan jajaran birokrasi Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, bahkan mampu memberi arahan kepada mereka. Tim ini beranggotakan inti empat orang.

Tim Puri Gedeh ini terbentuk secara organik/alami pada saat kampanye pemilihan kepala daerah Jawa Tengah tahun 2013. Awal mula terbentuknya ketika itu ada beberapa wartawan yang aktif meliput Ganjar Pranowo yang ditugaskan oleh perusahaan media masing-masing. Ada tiga pasangan calon pada Pilkada Jateng Tahun 2013 dan setiap media pada saat itu mengirimkan satu perwakilan dari jurnalisnya untuk mengawal satu pasangan calon gubernur dan wakil gubernur. Ada yang ditugaskan meliput Ganjar Pranowo, ada yang ditugaskan meliput Bibit, dan ada pula yang ditugaskan untuk meliput Hadi Prabowo. Pada saat itu ada empat orang dari media yang berbeda yang ditugaskan meliput kegiatan Ganjar Pranowo termasuk mengikuti kemana pun Ganjar pergi. Dari kegiatan rutin itu tercipta hubungan yang lebih baik antarwartawan, sekaligus juga dengan Ganjar Pranowo.

Dalam hubungan itu mulai muncul relasi saling memahami karakter masing-masing, memahami visi misi pribadi Ganjar Pranowo, memahami apa yang disukai dan yang tidak oleh seorang Ganjar Pranowo. Jadi secara personal hubungan mereka menjadi lebih baik dan akhirnya ketika Ganjar Pranowo menang dan menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah, hubungan tersebut masih terjaga. Karena terbentuk secara alami pada akhirnya tim ini tidak memiliki nama khusus, peneliti lebih suka menyebutnya sebagai Tim Puri Gedeh.

Tim Puri Gedeh melakukan semua tugas dan fungsi humas personal dengan mem-*back up* semua kebutuhan Ganjar Pranowo yang berkaitan dengan media. Kinerjanya termasuk di dalamnya mem-*back up* Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, yang bagi mereka belum optimal mengelola citra. Banyak hal yang tidak bisa disentuh oleh humas pemerintahan,

seperti ketika Ganjar Pranowo berada luar kegiatan kedinasan.

Tim Puri Gedeh terbentuk secara alami sehingga tidak mempunyai struktur tim. Tidak ada ketua ataupun wakil ketua tim. Yang ada hanya satu orang yang paling senior bertindak sebagai koordinator, sebagai fungsi koordinasi. Tim Puri Gedeh inilah yang kemudian berhubungan intensif dengan para relawan Ganjar, baik relawan Garuda maupun relawan partai yang kemudian membantu menyebarkan (*share*) konten-konten positif tentang Ganjar.

Selanjutnya beralih pada tim *situation room*. *Situation Room* adalah ruangan seluas 8 meter x 8 meter yang hanya bersekat kaca dari ruang kerja Gubernur Jawa Tengah. Di ruangan itu terdapat lima perangkat komputer dan tiga monitor besar untuk memperjelas tampilan di layar komputer. Monitor-monitor ini berfungsi untuk menampilkan data-data agar dapat dikaji bersama. Secara kelembagaan Tim *Situation Room* berada di bawah kewenangan Bidang Tata Usaha dan Rumah Tangga Pimpinan, Biro Umum Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah. *Situation Room* beranggotakan empat orang ASN yang dipimpin langsung oleh Kepala Bidang Tata Usaha dan Rumah Tangga Pimpinan.

Awal mula dibentuknya *Situation Room* adalah ketika Ganjar Pranowo mulai menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah di tahun 2013. Selama kepemimpinannya, Ganjar membuka peluang lebar agar masyarakat bisa berkeluh-kesah atau melaporkan tentang kondisi Jawa Tengah, salah satunya dengan memanfaatkan teknologi dengan program hasil karya mahasiswa di Semarang. "Curhat" masyarakat tentang kondisi atau pelayanan publik bisa langsung disampaikan lewat kanal *Lapor Gub* di *website* www.jatengprov.go.id. Dalam *Lapor Gub*, dapat juga terintegrasi dengan portal *website* seluruh instansi se-Jawa Tengah. Selain *Lapor Gub*, aspirasi, keluh kesah masyarakat juga bisa disampaikan melalui telepon, SMS, media sosial (*twitter*, *facebook*, *instagram*). Dengan banyaknya laporan dari beragam saluran tersebut, kemudian Ganjar berinisiasi untuk membentuk sebuah ruangan yang bisa merespon dan mendistribusi laporan-laporan tersebut kepada Dinas atau pihak yang terkait. Kepada jajarannya, saat itu Ganjar Pranowo menjelaskan *Situation Room* yang dia inginkan mengacu seperti *Situation Room* milik Obama kala itu. Satu ruangan dengan dikelilingi monitor-monitor yang menampilkan semua data laporan dan aspirasi yang disampaikan masyarakat. Untuk

menindaklanjuti hal tersebut kemudian disusunlah Peraturan Gubernur No. 69 Tahun 2013 tentang Pembentukan Kelompok Jabatan Staf Khusus dan Staf Pribadi Gubernur Jawa Tengah yang kemudian menjadi dasar hukum dibentuknya *Situation Room* ini. Kemudian *Situation Room* berkembang dari yang hanya mengumpulkan, merespon, dan mendistribusi laporan dan aspirasi masyarakat, menjadi sebuah sistem terkoordinasi yang berfungsi sebagai pusat data dan informasi, mulai dari perencanaan, *complain handling* sampai dengan pengendalian anggaran maupun program.

Sebagai pusat data, *Situation Room* memiliki basis data yang diambil dari beberapa sumber seperti BPS; data internal seperti data kependudukan, pendidikan, dan lainnya; juga sumber dari GRMS. Di dalam *Situation Room* terdapat empat pegawai yang bertugas sebagai admin menerima aspirasi dari beragam saluran seperti, telepon, SMS, di halaman *Lapor Gub* yang ada di *website* Provinsi Jawa Tengah, dan beberapa akun media sosial seperti di *Twitter*, *Facebook*, dan *Instagram*.

Selain mengelola laporan, empat pegawai di *Situation Room* ini juga melakukan analisis berita menggunakan IMM (*Intelligent Media Management*) yang hasilnya akan dilaporkan kepada Ganjar. Meskipun Bagian Humas juga melakukan hal yang sama, namun di *Situation Room*, analisis berita dilakukan pada sisi yang lain, lebih banyak ke sisi politisnya. Selain *report* tersebut *Situation Room* juga menyajikan saran dan masukan atas berita atau isu yang paling menonjol. Jika Humas lebih berfokus kepada pengelolaan media, Tim *Situation Room* lebih cenderung ke kajian yang lebih mendalam dan jangka panjang.

Selanjutnya peneliti lebih fokus pada bagaimana kerja ketiganya mampu bersinergi, saling mengisi, dan berharmonisasi mengelola citra Ganjar Pranowo. Peneliti menggunakan kata harmonisasi dibanding kata kerja sama atau koordinasi lebih kepada fakta bahwa di antara mereka sebenarnya tidak selalu bekerja sama satu sama lain. Mereka juga sering bekerja sendiri-sendiri sesuai porsinya masing-masing. Hal ini didukung dengan fakta bahwa ketika peneliti melakukan pengumpulan data, mereka cenderung mengatakan bahwa tim mereka yang paling dominan. Satu tim akan menganggap minor peran kedua tim lain, dan nyatanya mereka tidak benar-benar tahu dengan lengkap dan detil apa yang telah dilakukan kedua tim lainnya. Mereka fokus pada kerja masing-masing

sesuai dengan batasan dan perannya, sedangkan koordinasi dilakukan pada bagian yang memang perlu dikoordinasikan.

Bagian ini dibagi menjadi tiga subbagian. Sub bagian yang pertama akan melihat bagaimana proposisi ketiga tim dalam teori *excellent public relations* dari Grunig (Grunig & Hunt, 1992) (Grunig, Grunig, & Dozier, 2002) (Grunig & Hunt, 2009). Secara umum didapatkan temuan besar bahwa di antara ketiganya memiliki porsi kerja yang besar dalam hal penyedia dan pengolah data masukan bagi pucuk pimpinan. Oleh sebab itu, pada subbagian selanjutnya akan diuraikan bagaimana akses dan aliran data di antara ketiga tim tersebut. Dilanjutkan pada subbagian terakhir yang akan menguraikan bagaimana beragam data masukan yang dikelola ketiga tim tersebut mempengaruhi citra Ganjar Pranowo sebagai Gubernur Jawa Tengah.

Proposisi dalam Teori

Membandingkan proposisi ketiga tim dalam teori Grunig, yang pertama akan diurai adalah proporsi fungsi dari ketiga tim. Pada bagian ini yang pertama akan dilihat adalah bagaimana keterlibatan ketiga tim pengelola dalam manajemen strategis. Ketiga tim ini (Tim Puri Gedeh, Tim *Situation Room*, dan Bagian Humas) telah membawa fungsi humas kedalam manajemen strategis pucuk pimpinan di Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. Meski perlu diakui, Bagian Humas Provinsi Jawa Tengah yang paling minim dalam hal keterlibatan manajemen strategis. Keterlibatan ketiga tim lebih sebagai penyedia data bagi pucuk pimpinan. Selain itu mereka juga terlibat secara aktif menjadi bagian penyusun program untuk dikomunikasikan kepada publik strategis baik eksternal maupun internal yang memberikan ancaman dan peluang bagi citra Ganjar dan pemerintahan Provinsi Jawa Tengah.

Jika berbicara tentang pemberdayaan ketiga tim dalam koalisi dominan, ketiga tim ini adalah bagian dari koalisi dominan tersebut. Meski sama-sama memiliki peran dalam koalisi dominan, mereka memiliki proporsi masing-masing. Humas yang terbilang baru bergabung dalam koalisi dominan masih berperan dalam hal pencatatan dan perekaman. Berbeda dengan Tim Puri Gedeh yang berdasarkan data temuan merupakan tim paling dekat dengan Ganjar Pranowo. Di dalam koalisi dominan, mereka mampu memberikan rekomendasi rancangan kebijakan, bahkan di beberapa kasus mereka merupakan konseptor awal. Namun, karena tim ini

berada di luar sistem birokrasi Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, mereka tidak dapat berbuat banyak jika berhubungan dengan anggaran dan administrasi birokrasi Pemprov Jawa Tengah.

Tabel 2 Fungsi Pengelola Citra Gubernur Jawa Tengah

Humas	Tim Puri Gedeh	Situation Room
Terlibat dalam manajemen sebagai salah satu penyedia data	manajemen strategis data	Terlibat dalam manajemen strategis sebagai pusat data dan informasi, sekaligus merupakan tempat dibuatnya rancangan kebijakan.
Terlibat dalam koalisi dominan namun hanya pada pencatatan dan perekaman	Terlibat dalam koalisi dominan, mampu memberi rekomendasi rancangan kebijakan, namun 'g'''''''' tidak bisa mengelola anggaran langsung dikarenakan posisinya diluar sistem birokrasi	Tempat berkumpulnya koalisi dominan dalam perancangan kebijakan, memiliki peran penting dalam pengelolaan anggaran dan administrasi birokrasi terkait kebijakan pimpinan
Fungsi terintegrasi dengan protokol yang tidak terlalu berpengaruh dalam citra	Fungsi terintegrasi sebagai bagian dari media dan jurnalis, sehingga dapat dengan mudah mengelola media dan jurnalis tanpa mereka merasa diarahkan. Tim melebur sebagai teman, sahabat, dan bagian dari rekan wartawan.	Fungsi terintegrasi sebagai Kepala Bagian Tata Usaha dan Rumah Tangga Pimpinan, sehingga memiliki akses yang besar atas anggaran dan administrasi yang menunjang kebijakan pimpinan.

Berbeda pula posisi Tim *Situation Room* dalam koalisi dominan. Mereka memiliki fungsi sebagai pusat data dan informasi di pemerintahan Provinsi Jawa Tengah. Hasil olahan data dari tim ini tentunya sedikit banyak memengaruhi arah kebijakan dari pimpinan. Jika dibandingkan dengan Tim Puri Gedeh yang tidak memiliki akses anggaran di pemerintahan Provinsi Jawa Tengah, Tim *Situation Room* memiliki peran penting dalam perancangan anggaran dan administrasi birokrasi. Mungkin jika disederhanakan, jika Tim Puri Gedeh adalah tim kreatif dari sebuah program, Tim *Situation Room* adalah tim eksekusi yang akan berusaha mengelola anggaran dan administrasi birokrasi agar program tersebut berjalan seperti yang diharapkan.

Jika melihat ke dalam integrasi fungsi, hanya bagian humas yang memiliki integrasi fungsi yang tidak terlalu berpengaruh langsung terhadap pengelolaan citra. Bagian humas terintegrasi dengan fungsi protokoler. Meski tidak berpengaruh langsung dengan fungsi humas dalam mengelola citra, ternyata menurut pengakuan Anton, anggota Tim Puri Gedeh, bergabungnya humas dan protokoler di bawah komando Lilik Henry membawa angin segar. Ketika

humas bergabung dengan protokoler, Tim Puri Gedeh lebih leluasa dalam merealisasikan kebijakan birokrasi kasual yang biasanya banyak melawan aturan protokoler. Seperti dalam aturan protokoler yang biasa menempatkan pejabat di depan rakyat, namun dalam konsep birokrasi kasual seperti yang diterapkan dalam kegiatan *Ngopi Bareng*, pejabat duduk di belakang para rakyat yang ingin bertemu pemimpinnya. “Dulu pas sebelum Mas Lilik (Kabag Humas saat ini), aku paling sering ribut sama protokol. Tapi sekarang udah ndak lagi. Mas Lilik selain humas ya protokol, jadi lebih terbuka menerima konsep yang *neko-neko*”, tegas Anton Sudibyo.

Hal yang menarik selanjutnya adalah bagaimana Tim Puri Gedeh terintegrasi sebagai bagian dari pelaku media dan jurnalis. Perlu diingat mereka terdiri atas empat anggota yang kesemuanya merupakan jurnalis senior. Memang mereka tidak lagi bekerja pada perusahaan media namun mereka masih melebur sebagai pelaku media. Dengan integrasi ini, Tim Puri Gedeh dapat dengan mudah mengelola pelaku media dan jurnalis media tanpa mereka merasa diarah-arahkan. Mereka juga melebur sebagai teman, sahabat, dan bagian dari rekan wartawan, sehingga tim ini akan lebih mudah mendapatkan data akurat dari jaringan wartawan mereka yang tersebar di seluruh negeri.

Untuk Tim *Situation Room*, mereka terintegrasi dengan urusan tata usaha dan rumah tangga pimpinan. Integrasi ini tak lain adalah karena ketua Tim *Situation Room* menjabat dalam jabatan struktural sebagai kepala bagian tata usaha dan rumah tangga pimpinan yang bertugas mengelola dana oprasional gubernur. Dengan fungsi integrasi tersebut, Tim *Situation Room* khususnya ketua timnya, Hanung, memiliki akses penuh pada anggaran dan administrasi operasional Gubernur Jawa Tengah.

Tabel 3 Peran Pengelola Citra Gubernur Jawa Tengah

	Bagian Humas		Tim Puri Gedeh		Situation Room	
	Kepala	Anggota	Kepala	Anggota	Kepala	Anggota
<i>Manager</i>	√		√	√	√	
<i>Technician</i>		√	√	√		√
<i>Media relation specialist</i>		√	√	√		
<i>Communication liaison</i>			√	√		√

Karakteristik yang diajukan Grunig (1992) untuk memenuhi kriteria *excellent* PR adalah tim tersebut harus dipimpin oleh seorang manajer bukanlah seorang teknisi. Manajer inilah yang memiliki peran

mengonseptualisasikan dan memimpin langsung sebuah program. Dengan karakteristik tersebut, mempertimbangkan berbagai data temuan dari bagian sebelumnya, maka jelas ketiga tim tersebut dipimpin oleh seorang manajer yang mahir dalam mengelola komunikasi. Meski, latar belakang pendidikan ketiganya bukanlah dari keilmuan komunikasi.

Jika melihat tabel yang disajikan di atas, terlihat Tim Puri Gedeh memiliki perbedaan yang mencolok dari dua tim lainnya. Salah satu perbedaannya adalah tidak adanya perbedaan peran, baik pada ketua (disebut koordinator) dan para anggotanya. Hal ini berdasar pada data yang diungkap Anton, bahwa mereka memiliki peran dan tanggung jawab yang sama di seluruh anggota. Jumlah tim yang kecil dan butuhnya kecepatan dalam pengambilan keputusan, membuat kondisi ini menjadi ideal, efektif dan efisien. Sistem kerja yang seperti ini juga bisa tercapai dengan kemampuan dari keempat anggota yang bisa dibalang hampir sama. Mereka semua termasuk pakar dan praktisi komunikasi yang sangat handal di bidangnya.

Namun jika kita membandingkan antara ketiga manajer dari ketiga tim, bisa dibalang Kepala Bagian Humas yang paling tidak menonjol. Hal ini bisa dilihat dari posisi di dalam manajemen strategis yang dianggap paling minor (lihat kembali tabel.2). Disusul oleh *Tim Situation Room* yang berada di atas Bagian Humas. Kepemilikan pengelolaan sumber data sekaligus pusat administrasi dan anggaran (pengelola dana oprasional gubernur) membuat sang manajer Tim *Situation Room* lebih dominan dibanding manajer Bagian Humas. Setelahnya, manajer tim yang paling menonjol dari Tim Puri Gedeh. Kedekatan personal dengan sang Gubernur yang membuat tim ini lebih menonjol dari yang lain terutama manajer timnya. Komunikasi yang terjadi benar-benar tanpa hambatan. Hubungan personal ini menjadi kunci keterlibatan dalam manajemen strategis.

Selanjutnya jika beralih pada pembahasan model komunikasi, dapat dipastikan ketiga tim ini telah masuk pada tingkatan tertinggi dan paling ideal bagi Grunig yaitu model komunikasi dua arah simetris (*two way symmetrical*). Kinerja masing-masing tim yang fokus pada pengumpulan data masukan sebanyak-banyaknya dari publik internal dan eksternal yang membuat peneliti yakin bahwa mereka telah menerapkan komunikasi dua arah. Komunikasi dua arah ini menjadi simetris karena karakter Ganjar Pranowo sebagai penentu kebijakan yang selalu ingin mengabdikan dan melayani. Kebijakan Ganjar selaku pucuk pimpinan

dalam organisasi Pemprov Jawa Tengah selalu mempertimbangkan kondisi masyarakatnya. Tidak serta merta menuruti yang diinginkan rakyatnya, namun pengambilan kebijakan yang ada benar-benar mempertimbangkan data-data yang didominasi suara dari rakyatnya.

Tabel 4 Peran Pengelola Citra Gubernur Jawa Tengah

	Bagian humas	Tim Puri Gedeh	<i>Situation Room</i>
<i>Press agentry</i>		√	
<i>Public information</i>	√		
<i>Two way asymmetrical</i>			
<i>Two way symmetrical</i>	√	√	√

Dari Tabel 4, terlihat bagian humas dan Tim Puri Gedeh menggunakan model komunikasi lain selain *two way symmetrical*. Bagian Humas juga menerapkan model komunikasi *public information* dalam menyelesaikan permasalahan dengan masyarakat. *Public information* dalam hal ini cenderung lebih kepada fungsi mengedukasi masyarakat. Dengan model komunikasi ini, masyarakat menjadi paham atas permasalahan yang dihadapinya. Selain itu mereka juga menjadi tahu bahwa pemerintah telah berkinerja menyelesaikan permasalahannya meski terkadang solusinya tidak langsung dapat diberikan saat itu juga.

Selain humas, Tim Puri Gedeh juga menerapkan model komunikasi selain *two way symmetrical*. Mereka menerapkan model *press agentry* yang membuat mereka terus menerus berusaha mencarikan perhatian media bagi Ganjar Pranowo. Jika diterapkan dengan sendirian, model *press agentry* adalah model satu arah yang sangat klasik. Tentunya model komunikasi ini tidak begitu ideal. Model komunikasi ini hanya akan berfokus pada popularitas semata tanpa memperhatikan kebutuhan masyarakat yang dikelolanya.

Hal yang dilakukan Tim Puri Gedeh ini berbeda, mereka menggunakan model *press agentry* semata untuk menjual model komunikasi dua arah simetris yang mereka lakukan. Mereka mengelola pelaku media dan jurnalis untuk terus memperhatikan tingkah Ganjar Pranowo. Sedangkan apapun tingkah Ganjar telah disusun dan dirancang berdasar data dalam model komunikasi dua arah simetris. Kombinasi ini menarik karena sang pemimpin Jawa Tengah itu mampu menyelesaikan berbagai permasalahan masyarakat sekaligus menarik perhatian media ketika

melakukannya. Mungkin ini gambaran nyata yang dikatakan Ganjar berkaitan dengan citra dirinya dalam program acara “QA” yang disiarkan di Metro TV tanggal 6 Desember 2017. Ganjar menyerukan “politik adalah citra, bahwa semua harus dibangun dengan citra”. Dari pernyataan tegas Ganjar menanggapi kritik pencitraan yang disampaikan oleh perwakilan dari *Indonesia Corruption Watch* (ICW) ini, terlihat bagaimana model *press agentry* tetap penting diterapkan meski semua tim pengelola citra telah menerapkan model komunikasi ideal, *two way symmetrical*. Sebaik apapun kinerja pimpinan tetap harus memperhatikan citra.

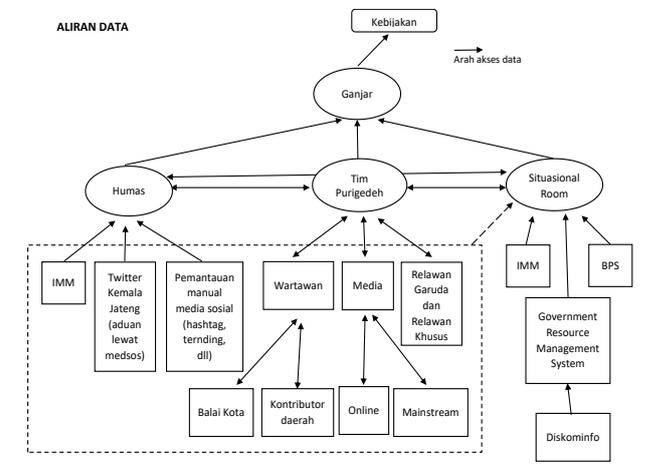
Terlepas dari model komunikasi yang berbeda antar ketiganya, mereka semua telah masuk dalam model komunikasi yang dianggap Grunig sebagai model yang ideal. Kuncinya adalah mereka menyuplai data, terlibat dalam perancangan kebijakan, dan mengelola masukan data dari publik internal dan eksternal. Kesemuanya diakumulasikan menjadi rancangan kebijakan yang ideal yang kemudian disampaikan kepada gubernur sebagai rekomendasi. Selain model komunikasi tambahan yang diterapkan, yang membedakan antara ketiganya adalah sumber dan aliran data informasi (perhatikan subbagian aliran data) dan juga peran dalam perancangan kebijakan (lihat kembali pada subbagian proporsi fungsi).

Aliran Data

Pembahasan tentang aliran data ini penting dijelaskan karena data memiliki peranan penting dalam pengelolaan citra Ganjar Pranowo. Selain itu, jika memperhatikan dengan seksama pembahasan temuan data penelitian dalam masing-masing tim pengelola citra, terlihat begitu banyak sumber masukan data yang dikelola ketiga tim tersebut. Ditambah lagi, Grunig (Grunig & Hunt, 1992; Grunig, dkk., 2002; Grunig & Hunt, 2009) juga menekankan syarat utama organisasi humas dapat mencapai tingkatan tertinggi dalam model komunikasi adalah adanya data masukan dari publik internal dan eksternal sebagai basis kinerja. Oleh karenanya, penting bagi peneliti untuk mengurai secara khusus tentang aliran informasi yang dikelola ketiga tim sebagai rekomendasi bagi Ganjar dalam hal penyusunan kebijakan. Sajian dalam subbagian ini sekiranya dapat mempermudah pembaca memahami aliran informasi yang begitu kompleks ini.

Gambar 1 menunjukkan bahwa Ganjar Pranowo menerima rekomendasi dari ketiga tim pengelola citra yang berasal dari beragam sumber data. Ada data aduan

langsung dari masyarakat dengan berbagai saluran, analisis media menggunakan sistem/*tool* sekaligus juga analisis media konvensional, data dari berbagai relawan dan rekan media yang tersebar di berbagai daerah, basis data statistik dari Badan Pusat Statistik (BPS), dan data kinerja internal yang terintegrasi dalam GRMS (*Government Resource Management System*).



Gambar 1 Aliran Data

Bagian Humas mengelola data masukan dari beberapa sumber seperti IMM, *Twitter* Kemala Jateng, dan pemantauan secara manual media sosial. IMM tidak dibahas dengan detil pada pembahasan kali ini karena keterbatasan ruang, untuk itu pembaca disarankan mengakses situs indonesiaindicator.com/product untuk mengetahui tentang salah satu *tool* yang disediakan oleh Indonesia Indikator ini. Meski masih memiliki beberapa kelemahan, IMM terbukti efektif membantu para praktisi humas termasuk Bagian Humas Provinsi Jawa Tengah dalam membaca media dengan sistematis. Selain humas, sebenarnya Tim *Situation Room* lebih dahulu mengelola data masukan dari IMM. Namun meski mengandalkan sumber data sama, bisa saja data yang diolah memiliki perbedaan sudut pandang. Perbedaan inilah yang akan memperkaya keragaman data.

Selain berdasar pengelolaan IMM, humas juga dapat memantau aduan masyarakat melalui *Twitter* Kemala Jateng. Kemala Jateng merupakan program aduan masyarakat melalui media sosial *Twitter*. Semua *twitt* dari netizen yang menyertakan *hashtag* (#) *kemalajateng* atau *mention* akun resmi Ganjar Pranowo (@*Ganjarpranowo*) akan dapat dikelola dan diklasifikasikan melalui *dashboard* Kemala Jateng.

Dashboard Kemala Jateng sendiri juga dapat mengklasifikasikan dan menampilkan data statistik hampir seperti IMM. Dengan berbagai fasilitas yang mempermudah pengelolaan data, bagian humas selalu rutin dapat menyampaikan laporan pengelolaan data masukan kepada gubernur secara harian (*daily report*) dan mingguan (*weekly report*). Selain bergantung kepada *software* dan *tool* canggih yang mempermudah pembacaan data, bagian humas juga melakukan pemantauan manual media sosial. Hal ini dianggap penting dilakukan sebagai langkah verifikasi data yang ditampilkan melalui *tools* IMM. Pemantauan media sosial ini meliputi pemantauan *hashtag*, *trending*, dan lainnya di empat media sosial yang dianggap populer: *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *Youtube*.

Beralih pada pengelolaan data masukan yang dilakukan Tim Puri Gedeh, data yang dikelola sama sekali berbeda dengan data masukan yang dikelola bagian humas. Tim Puri Gedeh jauh mengutamakan spesialisasi mereka sebagai praktisi media dalam menyediakan data bagi Ganjar Pranowo. Sebagai bagian dari pelaku media dan jurnalis, tentunya mereka memiliki jaringan jurnalis yang tersebar di berbagai daerah bahkan pada tingkat nasional. Data yang dikumpulkan dengan metode jaringan kewartawanan ini jelas memiliki karakteristik data yang jauh berbeda. Data yang cenderung lebih lengkap dan lebih dalam memiliki nilai lebih dibanding data lainnya. Jaringan wartawan ini juga tidak hanya berperan memberi masukan data, namun mereka juga dapat digerakkan dengan sistem pertemanan yang telah terbangun. Sistem pertemanan adalah cara yang terbukti efektif dalam mengelola arah media (Putra, 2018).

Data selanjutnya dari Tim Puri Gedeh merupakan data analisis media yang dilakukan secara manual dengan mengandalkan insting seorang pakar komunikasi dan praktisi media. Insting ini yang tak ternilai harganya. meski cenderung hampir sama, data analisis media dari Tim Puri Gedeh memiliki beberapa perbedaan yang mendasar. Metode manual ini jelas memilimalisisasi kelemahan yang dimiliki analisis berbasis digital seperti IMM. Analisis yang melibatkan naluri humanis seorang pelaku media ini mengasikkan pemahaman data yang lebih organik dan natural. Artinya data ini akan lebih unggul akurasiya dibanding analisis otomatis berbasis *software*, tentunya dengan catatan bahwa semua anggota Tim Puri Gedeh adalah pakar komunikasi yang berkompeten di bidang analisis media.

Awalnya Tim Puri Gedeh tidak banyak memilih prioritas antara media konvensional dan media *online*. Pada awal kepemimpinan Ganjar Pranowo kedua jenis media ini mendapatkan porsi yang hampir sama. Gagasan awalnya pada tahun 2013 adalah dengan membuka saluran informasi melalui media sosial akan lebih banyak masukan dari masyarakat. Benar saja, seketika aduan melalui media sosial lebih banyak dari pada melalui saluran lain yang lebih dulu ada (*sms center* dan *website*). Seiring berjalannya waktu, porsi antara media konvensional dan media *online* bergeser. Tahun 2016 strategi komunikasi yang diterapkan didominasi media sosial dan media *online*. Mereka berkeyakinan (berdasarkan data dan pengalaman 2013-2015) bahwa mengelola media baru membutuhkan *effort* yang lebih efisien dengan dampak yang hampir sama dengan media konvensional. Bahkan untuk beberapa kasus, media baru memiliki dampak yang jauh lebih besar dibanding memberdayakan media konvensional arus utama. Dari sini jelas apa yang diramalkan Jenkins (2004) terbukti bahwa media massa (konvensional) akan menemukan lawan mainnya. Artinya monopoli media massa sebagai pencipta opini publik sudah mulai luntur di era konvergensi ini.

Sumber data lain dari Tim Puri Gedeh adalah sumber data dari para relawan media sosial pendukung Ganjar Pranowo. Di sini ada dua kelompok besar relawan media sosial, pertama mereka yang memang sejak awal mendukung kemenangan Ganjar di 2013. Mereka diwadahi dengan identitas relawan garuda yang tersebar diberbagai daerah bahkan di luar Provinsi Jawa Tengah. Kedua adalah relawan khusus yang mendukung Joko Widodo (Jokowi). Relawan Jokowi yang tersebar diseluruh nusantara ini dikatakan mendukung kader-kader terbaik daerah yang dianggap akan membawa Indonesia ke arah yang lebih baik. Di Jawa Tengah, relawan Jokowi ini mendukung Ganjar sebagai kader daerah terbaiknya. Perlu menjadi catatan, bahwa para relawan ini tidak berbasis kepartaian, dalam artian mereka mendeklarasikan tidak memiliki hubungan sama sekali dengan partai. Hanya kebetulan saja, Ganjar dan Jokowi berasal dari satu partai, PDIP. Namun di daerah lain relawan ini tidak serta merta mendukung kader PDIP, Jawa Barat contohnya. Di Jabar, relawan ini berada dibelakang Ridwan Kamil yang tidak didukung PDIP.

Data dari relawan ini cukup efektif. Menurut Anton, data dari relawan media sosial terutama berkaitan dengan isu potensial memiliki karakteristik yang berbeda dibanding data dari sumber lain. Mereka

cukup mahir jika tidak ingin dikatakan profesional. Data laporan dari tim relawan ini biasanya melampirkan banyak bukti dukung dan informasi di bawah permukaan yang cukup detil. Selain itu, data yang disampaikan biasanya telah diberi nilai dan sentimen dari sudut pandang para relawan yang memiliki satu visi dengan Ganjar Pranowo, artinya Tim Puri Gedeh lebih mudah dalam mengemasnya.

Hal lebih penting lagi, peran relawan ini selain sebagai sumber data isu potensial di media sosial, mereka juga dapat digerakkan untuk bersama-sama meng-*counter* isu yang tidak baik bagi citra Ganjar. Di bawah komando langsung dari Ganjar Pranowo melalui Tim Puri Gedeh, para relawan siap menjadi *buzzer* media sosial saat dibutuhkan. Kedua hal ini menjadikan para relawan sebagai aset tak ternilai bagi pembentukan citra Ganjar Pranowo melalui media baru.

Beralih pada aliran masukan data yang dikelola *situasional room*, mereka juga mengelola IMM untuk membaca *trend* di media baru. Meski sumber IMM ini juga sama dengan yang dikelola humas, namun laporan yang diberikan kepada Ganjar bukanlah laporan dengan data yang sama. Peneliti tidak bisa mendapatkan dokumen pelaporan asli dari masing-masing tim (bagian humas dan *situasional room*), peneliti hanya diperkenankan mengamati langsung pelaporan yang disampaikan kepada gubernur melalui aplikasi WA. Pelaporan pada hari yang sama mengambil isu prioritas yang berbeda dikarenakan kata kunci sebagai dasar pengelolaan berbeda. Humas tidak masuk kepada ranah politik dari Ganjar Pranowo, berbeda dengan *situasional room* yang mengambil seluruh topik dan isu sampai pada sisi politik sang gubernur.

“Setiap hari dia akan melakukan analisis IMM itu, terus kita *report* ke Pak Ganjar walaupun juga dilakukan dari humas tapi kita di sisi yang lain, sisi lebih banayak ke sisi politisnya gitu. Kita *report* setiap hari/ *daily*. Tiap hari itu pasti di meja beliau kita sajikan begitu termasuk kita kirim lewat *whatsapp* maupun email beliau, kita lakukan setiap hari.” (Wawancara dengan ketua Tim *Situation Room*, Hanung, tanggal 6 April 2018).

Sebenarnya IMM tidak menjadi acuan utama *situasional room* dalam me-*suplay* data kepada Ganjar. IMM cenderung lebih dimanfaatkan untuk menilai hasil akhir dari rekomendasi yang dijalankan gubernur. *Situasional room* ini erat kinerjanya dengan Tim Puri Gedeh yang salah satu model komunikasinya berusaha mencari perhatian media bagi Ganjar Pranowo.

IMM di *situasional room* inilah yang akan mengukur perhatian yang didapat seberapa besar. Hasil dari pengelolaan inilah biasanya yang dijadikan bahan evaluasi bagi perancangan rekomendasi ke depannya.

“Membantu kontrol di sini. Kita tahu apa namanya popularitas Pak Ganjar itu ya melalui IMM itu. Iya standar ukurannya kita bisa pantau sehari-hari kira-kira begitu.” (Wawancara dengan ketua Tim *Situation Room*, Hanung, tanggal 6 April 2018).

Terlepas dari IMM, *Situation Room* juga mengelola data lain yang begitu besar peranannya dalam manajemen citra Ganjar Pranowo. GRMS atau *Government Resource Management System*, merupakan sebuah sistem yang mengintegrasikan ratusan aplikasi di seluruh OPD di pemerintah Provinsi Jawa Tengah. Pada dasarnya GRMS ini belum bekerja seutuhnya, dan terus mengalami proses penyempurnaan. Untuk sistemnya sendiri berada di bawah kewenangan Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Tengah. Proses penyempurnaannya sebenarnya pada integrasi berbagai aplikasi yang mendukung kinerja OPD. Dari pendataan sementara, dari hasil pendalaman peneliti ke Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Tengah, baru sekitar 400 aplikasi dari perkiraan 700 lebih aplikasi yang telah terintegrasi dalam GRMS. Targetnya tahun 2019 GRMS ini telah selesai mengintegrasikan seluruh aplikasi yang ada. Namun nyatanya sampai tulisan ini selesai, target tersebut belum tercapai.

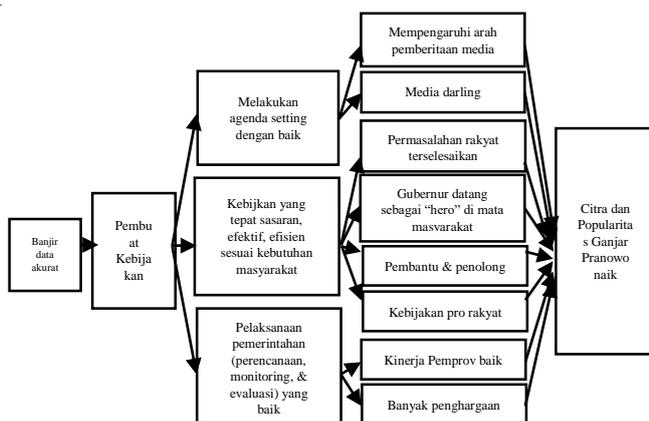
Dengan integrasi ini, Ganjar hanya perlu duduk dan membuka tabletnya untuk memantau dan mengevaluasi seluruh kinerja bawahannya yang tersebar diberbagai daerah se-Jawa Tengah. Kemajuan teknologi ini diakui menjadi solusi terbaik untuk memangkas luas wilayah Jawa Tengah dalam sekali “klik”. Meski penanggung jawab GRMS di bawah Diskominfo Provinsi Jawa Tengah, *Situation Room* memiliki akses penuh atas data GRMS. Dengan sajian data dari GRMS ini, Tim *Situation Room* jauh lebih mudah memberikan rekomendasi solusi bagi permasalahan yang dikeluhkan masyarakat. Hal ini dapat dilihat pada contoh keluhan jembatan yang rusak. Dengan melihat GRMS mereka akan tahu apakah jembatan tersebut telah diusulkan perbaikan atau belum. Jika sudah, sampai di mana prosesnya, atau jika belum apa kendalanya. Semua terangkum dengan jelas dalam GRMS. Selain itu GRMS juga berjalan sebagai alat *monitoring* kinerja bagi pimpinan. Terlihat dalam aplikasi, OPD mana saja yang terlambat kinerjanya,

kurang serapannya, dan lainnya. Hal inilah yang membuat GRMS menjadi penting, karena yang tergambar sejauh ini dari seluruh temuan penelitian adalah citra Ganjar Pranowo bukanlah citra kosong atau sering disebut pencitraan. Ganjar beserta pemerintahannya berkinerja dengan baik dan hal itu diinformasikan dengan kemasan menarik kepada masyarakat, dari sanalah citra Ganjar Pranowo terbentuk.

Selain GRMS, Tim *Situation Room* juga mengandalkan beragam data statistik dari Badan Pusat Statistik (BPS). Data statistik ini penting terutama dalam penyusunan isu internal yang berkaitan dengan program jangka panjang yang dikelola Tim Puri Gedeh bersama Tim Situasional *Room*. Dengan data statistik yang akurat, maka penyusunan isu jangka panjang akan lebih akurat dan tepat sasaran. Data dari BPS juga lebih sering digunakan untuk membantu merumuskan kebijakan besar. Suplai data ini juga akan sangat sering digunakan Ganjar untuk merespon *door stop* wartawan, berhadapan dengan media, atau ketika Ganjar menjadi bintang tamu dalam acara televisi maupun radio. Dukungan data ini yang membuat Ganjar selalu tampil menguasai permasalahan di depan media.

Hubungan Data dengan Citra

Dari sebagian besar pemaparan sebelumnya, selalu digambarkan bahwa Ganjar Pranowo dikelilingi oleh beragam data akurat dari beragam sumber dan karakteristik. Hal yang menjadi tanda tanya besar adalah bagaimana hubungan beragam data tersebut dengan citra dan popularitas Ganjar Pranowo. Peneliti mencoba mengurai kembali dari awal berbagai data temuan lapangan, kemudian merangkumnya menjadi sebuah bagan agar lebih mudah dalam mencari hubungan antarkeduanya. Berikut adalah bagan yang berhasil disusun oleh peneliti.



Gambar 2 Hubungan data dengan citra.

Dari bagan di atas terlihat bagaimana citra dan popularitas Ganjar Pranowo dipengaruhi oleh banjir data akurat dari tiga tim pengelola citra. Dengan beragam sumber data akurat, Ganjar bersama dengan tiga tim dapat melakukan agenda *setting* dengan baik. Selain itu juga, dengan adanya banjir data yang akurat, seluruh kebijakan Pemprov Jateng pada umumnya dan Ganjar Pranowo khususnya, menjadi tepat sasaran, efektif, dan efisien sesuai kebutuhan masyarakat. Bagi internal organisasi Pemprov Jateng, banjir data ini juga mempermudah Ganjar Pranowo sebagai pucuk pimpinan melakukan pelaksanaan pemerintahan (*perencanaan, monitoring, dan evaluasi*) yang baik.

Beragam data yang dapat menunjukkan isu dan *trend* dalam media terbukti sangat efektif dalam melakukan *agenda setting* media. Dikomandoi Tim Puri Gedeh, segala tindakan, aktifitas, dan kebijakan Ganjar dikemas agar memiliki nilai berita yang tinggi di mata para pelaku media. Hal inilah yang secara tidak langsung, memaksa media untuk memberitakannya. Sebagai contoh adalah kasus sidak Surat Keterangan Tidak Mampu (SKTM) palsu yang menjadi pusat perhatian media di saat banyaknya permasalahan berkaitan dengan pendaftaran penerimaan siswa baru di berbagai jenjang sekolah. Isu penerimaan siswa baru jelas menjadi isu yang memiliki nilai berita tinggi saat itu. Dengan beragam saluran masukan data, yang didapati kemudian adalah permasalahan SKTM palsu yang digunakan para orang tua untuk melancarkan jalan bagi anaknya untuk dapat diterima di sekolah negeri yang dituju. Dengan pengerucutan isu dari penerimaan siswa baru ke permasalahan SKTM palsu, tentu menjadikan segala tingkah Ganjar berkaitan dengan isu tersebut menjadi “seksi” bagi media. Benar saja, dengan kebijakan pengetatan pemberian SKTM, seruan kepada dinas terkait untuk memperketat verifikasi SKTM yang telah digunakan untuk mendaftarkan sekolah, juga sidak SKTM palsu langsung oleh Ganjar Pranowo, menjadikan sang Gubernur yang baru saja terpilih kembali di periode ke dua ini menjadi pusat perhatian media baik lokal, regional, bahkan media nasional.

Dengan selalu seringnya muncul pada pemberitaan media, mendorong sosok Ganjar Pranowo menjadi *media darling*. Nilai Ganjar di mata media meningkat yang berdampak pada kegiatan dan kebijakan lain yang memiliki nilai berita lebih rendah dapat tetap diangkat di berbagai media. Selama lima tahun pengelolaan Tim Puri Gedeh dan dua tim lain, Ganjar saat ini telah berhasil menjadi *news maker*. Segala tingkahnya

menjadi daya tarik tersendiri bagi media juga bagi masyarakat penikmat media. Hal ini yang membuat berbagai acara media televisi nasional sering mengundang Gajar Pranowo sebagai bintang tamunya. Jelas hal ini berdampak besar atas citra dan khususnya popularitas Ganjar Pranowo.

Peran data yang melimpah ini juga dapat menyelesaikan berbagai permasalahan rakyat. Banyak temuan data berkaitan dengan bagaimana permasalahan rakyat dapat dipetakan dengan baik dengan berbagai data dari tiga tim pengelola citra, meskipun tidak semua disajikan dalam tulisan ini. Dengan masalah yang terselesaikan, maka citra Ganjar Pranowo akan baik di mata masyarakat. Dengan contoh kasus yang sama, berkaitan dengan SKTM palsu, Ganjar hadir di tengah-tengah kekhawatiran masyarakat atas kecurangan SKTM. Sang Gubernur Jawa Tengah ini hadir sebagai “hero” (pahlawan) di mata masyarakat. Memang tidak semua rakyat akan senang akan kebijakan itu, seperti rakyat yang ikut menggunakan SKTM palsu. Namun setidaknya Ganjar hadir sebagai pahlawan memberikan keadilan dalam persaingan siswa masuk ke sekolah favoritnya.

Citra Ganjar di mata masyarakat sebagai pembantu dan penolong rakyat kala menghadapi permasalahan menjadi potensi besar untuk menaikkan popularitasnya. Hal ini didorong oleh media sosial yang membuat suara rakyat jauh lebih keras terdengar. Media pun tak segan untuk menaikkan berita tentangnya, sehingga citra baik Ganjar ini semakin diketahui oleh masyarakat luas. Selain itu, beragam data masukan ini tentunya akan membantu dalam menyusun berbagai kebijakan jangka panjang yang prorakyat. Ketika permasalahan di masyarakat telah dipetakan dengan baik, maka kebijakan yang dihasilkan pun akan sesuai dengan kebutuhan masyarakatnya. Kembali lagi, rakyat yang merasakan berbagai kemudahan hasil kebijakan prorakyat akan menumbuhkan persepsi baik kepada gubernurnya.

Hal yang tidak kalah penting adalah peran data dalam proses bisnis internal organisasinya. Di sini data internal dari GRMS cukup dominan berperan, meski tidak menutup kemungkinan data dari eskternal juga mendukung. Dengan sistem yang telah terintegrasi, Tim *Situation Room* dan Ganjar Pranowo sendiri sebagai pucuk pimpinan organisasi, dapat melakukan proses perencanaan, *monitoring*, dan evaluasi yang baik. Proses ini tentunya mendorong pola kerja yang baik di lingkungan pemerintah Provinsi Jawa Tengah. Dengan GRMS, tidak ada lagi kegiatan yang muncul

tiba-tiba tanpa perencanaan. Juga semua kegiatan akan dimonitor langsung oleh sang Gubernur secara *realtime*, yang tentunya akan meningkatkan kualitas kegiatan yang berlangsung. Tak kalah penting bahwa data tersebut dapat mempermudah tahapan evaluasi yang artinya akan selalu ada perbaikan demi perbaikan dalam kinerja Pemprov Jateng yang langsung dikawal oleh sang Gubernur.

Dengan berbagai keuntungan yang diberikan oleh beragam data khususnya dari GRMS, membuat kinerja pemerintah provinsi menjadi jauh lebih baik. Berbagai kebijakan, terobosan, dan inovasi dari seluruh OPD yang berada di bawah pemerintah Provinsi Jawa Tengah, memaksa Ganjar Pranowo terus menerus menerima penghargaan. Tidak dapat dipungkiri, berbagai penghargaan ini akan meningkatkan citra Ganjar Pranowo sebagai kepala daerah yang baik. Berbagai penghargaan ini juga akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Ganjar Pranowo. Meskipun ada yang jauh lebih utama, rakyat akan jauh lebih diuntungkan ketika pemerintahannya bekerja dengan sangat baik.

KESIMPULAN

Temuan pokok dalam penelitian ini jelas menegaskan bahwa humas pemerintah tidak dapat bekerja sendiri dalam mengelola citra kepala daerah. Dari seluruh sajian, bagian yang menarik adalah munculnya harmonisasi dari ketiga tim pengelola citra, Tim Puri Gedeh, Tim *Situation Room*, dan Bagian Humas dan Protokol. Mereka adalah tiga tim yang terkadang bekerja sendiri-sendiri, terkadang sebagian pekerjaan mereka saling beririsan, juga terkadang mereka berkerja sama dalam kolaborasi. Mereka fokus mengerjakan fungsi dan peran masing-masing dengan sebaik-baiknya, dan hasil kerja mereka, baik langsung maupun tidak langsung, berharmonisasi meningkatkan citra dan popularitas sang Gubernur. Saling mengisi antara satu dan yang lainnya dengan kemampuan terbaik. Jika mengacu pada harmonisasi kerja ketiganya, tergambar jelas bahwa ketiganya saling mengisi memenuhi berbagai kriteria yang ditetapkan Grunig sebagai kriteria *excellent public relation*. Dengan melihat gambaran keseluruhan dari ketiga tim pengelola citra yang memiliki harmoni yang sangat baik, menjadi perlu untuk mempertimbangkan karakter Ganjar Pranowo dalam memimpin pemerintahan Jawa Tengah. Hal ini juga didasarkan dari pengakuan seluruh informan utama atas karakter

pribadi Ganjar Pranowo yang dianggap “berbeda” ketika menjadi gubernur. Mulai dari gagasan birokrasi kasual, semangat melayani rakyat, juga semangat mengabdikan, kiranya perlu dijadikan poin penting dalam hasil penelitian ini. Karena tidak bisa dipungkiri, tanpa itu semua, model komunikasi dua arah simetris yang merupakan model ideal tidak akan tercapai.

Pribadi Ganjar Pranowo perlu dipertimbangkan dalam keberhasilan pengelolaan citra ini, tidak lain karena ketiga tim yang bekerja sangat baik ini adalah hasil pemikiran dan inisiasi murni dari Ganjar. Tidak akan ada Tim Puri Gedeh jika Ganjar Pranowo tidak membutuhkan, terlebih pendanaannya harus merogoh kantong pribadi sang Gubernur. Sama juga dengan Tim *Situation Room*, yang baru lahir di era kepemimpinan Ganjar Pranowo. Tidak ada tim serupa di era kepemimpinan gubernur sebelumnya. Begitu juga dengan Bagian Humas, dengan adanya Permen Kominfo nomor 14 tahun 2016, humas pemerintah daerah seharusnya berada di bawah Dinas Komunikasi dan Informatika. Namun di tahun yang sama Peraturan Menteri itu diterapkan, Ganjar dengan inisiasinya melahirkan kembali humas baru di bawah sekretaris daerah meski hanya sebagai bagian humas (eselon III sebelumnya biro humas eselon II). Dengan berbagai ide dan inisiasinya, Ganjar Pranowo menunjukkan diri bahawa dirinya adalah sosok politisi dan kepala daerah yang telah paham betul atas arti penting pengelolaan citra. “Politik itu adalah citra” tegas Ganjar dalam sebuah acara di televisi swasta.

Munculnya temuan besar bahwa citra pemimpin daerah tidak hanya dikelola humas pemerintah daerah, sudah selayaknya dijadikan bahan introspeksi diri bagi humas pemerintah. Sudah seharusnya fungsi kehumasan dengan pengelolaan citra ada di tangan humas pemerintah. Tidak perlu lagi ada Tim Puri Gedeh yang lain, juga peran Tim *Situation Room* yang dilebur sebagai bagian dari humas pemerintah. Artinya, kepala daerah seharusnya tidak perlu merogoh kantong pribadi demi pengelolaan citranya, jika semua kebutuhan pengelolaan citra bisa dipenuhi oleh humas pemerintah. Penelitian ini juga dapat menjadi model arah perbaikan humas pemerintah dalam berbenah diri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh informan penelitian ini dan kepada pihak-pihak yang telah membantu pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada teman-

teman sejawat penulis, khususnya Darman Fauzan Dhahir, para editor, dan penelaah anonim yang telah memberikan masukan-masukan berharga bagi perbaikan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2014). *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014*. Jakarta: APJII.
- Arifin, A. (2013). *Politik Pencitraan*. Jakarta: Pustaka Indonesia.
- Arisanty, R. (2009). *Media Relations Humas Pemrov Jatim Untuk Membangun Citra Gubernur Baru*. Universitas Airlangga: Thesis.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2009). *Effective Public Relations, Merancang dan Melaksanakan Kegiatan Kehumasan dengan Sukses. Terjemahan oleh Tri Wibowo*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dahlgren, P. (2013). *The Political Web: Media, Participation and Alternative Democracy*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1992). Model of Public Relations and Communication. In J. E. Grunig (Ed.), *Excellence in Public Relations and Communications Management*. New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (2009). Public Relations in The United States: A Generation of Maturation. In K. Sriramesh, & D. Vercic, *The Global Public Relations Handbook: Theory Research, and Practice* (pp. 677-681). New York: Routledge.
- Grunig, L. A., Grunig, J. E., & Dozier, D. M. (2002). *Excellent Public Relations and Effective Organizations: A Study of Communication Management in Three Countries*. New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Hand, L. C., & Ching, B. D. (2011). You have one friend request: An exploration of power and citizen engagement in local governments. *Administrative Theory and Praxis*, 33, 362-382.
- Hemay, I., & Munandar, A. (2016). Politik Identitas dan Pencitraan Kandidat Gubernur terhadap Perilaku Pemilih. *Jurnal Kajian Politik dan Masalah Pembangunan*, 1737-1748.
- Hidayat, D. N. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Jefkins, F. (1992). *Public Relation (Edisi Keempat)*. Jakarta: Erlangga.
- Jenkins, H. (2004). The Cultural Logic of Media Convergence. *International Journal of Cultural Studies*, 33-43.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: When Old and New Media Collide*. NY: New York University Press.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2016). *Indikator TIK 2016*. Jakarta: Kemkominfo RI.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social Media? Get Serious!

- Understanding the Funcional Building Blocks of Social Media. *Business Horizons*, 241-251.
- Lampe, I. (2010). Konsep dan Aplikasi Public Relations Politik pada Kontestasi Politik di Era Demokrasi. *JURNAL ACADEMICA*, 469-485.
- Lewandowsky, S., Oberauer, K., & Gignac, G. E. (2013). NASA Faked the Moon Landing-Therefore, (Climate) Science is a Hoax: An Anatomy of the Motivated Rejection on Science. *Psychological Science*, 622-633.
- Lubis, E. E. (2012). Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 51-60.
- Moore, F. (2004). *Humas: Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nimmo, D. (2000). *Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan dan Media*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Nugroho, Y., & Syarief, S. S. (2012). *Beyond Click-Activism?: New Media and Political Processes in Contemporary Indonesia*. Berlin: Friederich-Ebert Stiftung.
- Piliang, Y. A. (2010). *Dunia yang Dilipat (edisi keempat)*. Bandung: Matahari.
- Putra, I. G. (2008). Konteks Historis Praktek Bagian Humas di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 178-190.
- Putra, N. A. (2017). Model Komunikasi Humas Pemerintah Daerah. In Restu, *Bunga Rampai Isu dan Regulasi Bidang Komunikasi dan Informatika*. Yogyakarta: Lotus Tiara Wacana.
- Sahab, A. (2017). Realitas Citra Politik Tri Rismaharini. *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, 20-34.
- Sandra, L. J. (2013). Political Branding Jokowi Selama Masa Kampanye Pemilu Gubernur DKI Jakarta 2012 di Media Sosial Twitter. *Jurnal E-Komunikasi*, 277-287.
- Sangaji, E., & Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian-Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Saputra, A. (2017, July 25) Enam Kepala Daerah Bisa Jadi Pesaing Ganjar Pranowo. *Republika*. <https://www.republika.co.id/berita/nasional/pilkada/17/07/25/otne2h428-enam-kepala-daerah-bisa-jadi-pesaing-ganjar-pranowo>
- Soetomo, T. (2015). *Personal Branding dalam Peningkatan Elektabilitas (Studi Kekuatan Foto Ganjar Pranowo Pada Pemilihan Gubernur Jawa Tengah 2013)* . UNDIP: Thesis.
- Soleman, S., Hasrullah, & Sultan, M. I. (2015). Peran Media Center dalam Mengelola dan Membentuk Citra Kandidat DIA pada pemilihan Walikota Makassar 2013. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 55-61.
- Utomo, W. P. (2013). Menimbang Media Sosial dalam Marketing Politik di Indonesia: Belajar dari Jokowi-Ahok di Pilkada DKI Jakarta 2012. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 67-84.
- Wahono, T. (2015, December 31). 5 Kepala Daerah Paling Menyita Perhatian Selama 2015. *Kompas*. <https://regional.kompas.com/read/2015/12/31/10535061/5.Kepala.Daerah.Paling.Menyita.Perhatian.Selama.2015?page=all>
- Wardani, A. S. (2017, July 12) Bak Selebritas, Ini 5 Kepala Daerah Terpopuler di Instagram. *Liputan6*. <https://www.liputan6.com/tekno/read/3018772/bak-selebritas-ini-5-kepala-daerah-terpopuler-di-instagram>
- Wulandari, R. (2013). Strategi Kampanye Politik Partai Pengusung Afi-Mukmin dalam Pemilihan Gubernur Kalimantan Timur Tahun 2013. *eJournal Komunikasi*, 11-35.

Halaman ini sengaja dikosongkan