

Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra di Kantor Desa Cigugurgirang Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat

Public Relations Strategy in Enhancing Image at Cigugurgirang Village Office, Parongpong Subdistrict, West Bandung Regency

Dewi Komala¹, Rd Dandy Tresna Soeriawibawa²

^{1,2} Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia,

Narahubung: Dewi Komala¹, email: dewi.10322011@digitechuniversity.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel:
Diajukan: 24/07/2025
Diterima: 24/07/2025
Diterbitkan: 31/07/2025

Kata Kunci:

.....
strategi humas, citra publik,
pelayanan desa

Keywords:

.....
public relations strategy, public
image, village service

This work is licensed under a
[Creative Commons Attribution 4.0
International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

<https://doi.org/10.55916/frima.v1i8>

e – ISSN: 2656-6362

p – ISSN: 2614-6681

A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi hubungan masyarakat (humas) dalam meningkatkan citra di Kantor Desa Cigugurgirang, Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas dilakukan melalui pemanfaatan media sosial, koordinasi aktif dengan RT/RW melalui WhatsApp, serta penyampaian informasi langsung kepada masyarakat. Faktor pendukungnya meliputi kerja sama dengan lembaga lokal dan perkembangan teknologi informasi. Kendala utama adalah rendahnya literasi masyarakat dan keterbatasan pemahaman terhadap teknologi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peran aktif humas sangat penting dalam membentuk citra positif desa melalui komunikasi yang efektif dan keterbukaan informasi.

A B S T R A C T

This study aims to analyze public relations (PR) strategies in enhancing the image of the Cigugurgirang Village Office, Parongpong District, West Bandung Regency. The research employed a qualitative approach with data collection techniques including in-depth interviews and documentation. The findings reveal that PR strategies were implemented through the use of social media, active coordination with neighborhood units (RT/RW) via WhatsApp, and direct dissemination of information to the community. Supporting factors include collaboration with local institutions and the advancement of information technology. The main obstacles are the low level of public literacy and limited understanding of technology. This study concludes that the active role of public relations is crucial in shaping a positive village image through effective communication and information transparency.

1. Pendahuluan

Pelayanan publik merupakan salah satu fungsi fundamental pemerintahan yang memiliki keterkaitan erat dengan kehidupan masyarakat sehari-hari. Pada level desa, pelayanan publik menempati posisi strategis karena desa berfungsi sebagai ujung tombak pemerintahan yang langsung bersentuhan dengan warga. Layanan tersebut meliputi pemenuhan berbagai kebutuhan dasar, seperti pengurusan dokumen kependudukan, penyediaan data administrasi, penyaluran bantuan sosial, hingga pelaksanaan program pembangunan desa yang berorientasi pada kesejahteraan masyarakat. Dalam praktiknya, efektivitas pelayanan publik hanya dapat terwujud apabila berlandaskan pada tiga prinsip utama, yaitu efisiensi, keterbukaan, dan daya tanggap. Efisiensi berarti pelayanan harus dilakukan secara cepat, tepat, dan tanpa birokrasi yang berbelit. Keterbukaan mengacu pada penyampaian informasi terkait persyaratan, biaya, dan prosedur layanan secara jelas agar masyarakat mudah memahami dan mengaksesnya. Sementara itu, daya tanggap menuntut pemerintah desa untuk mampu merespons keluhan dan kebutuhan warganya secara tepat waktu. Ketiga prinsip ini, sebagaimana diungkapkan oleh Zuliana Sari et al. (2024), merupakan fondasi penting dalam membangun kepercayaan publik sekaligus meningkatkan kualitas layanan di tingkat desa.

Sebagai representasi pemerintahan yang paling dekat dengan masyarakat, Kantor Desa memikul tanggung jawab besar dalam implementasi prinsip-prinsip tersebut. Fungsinya tidak hanya sebatas penyelenggaraan administrasi, melainkan juga sebagai penyedia layanan sosial yang vital, antara lain penerbitan Kartu Tanda Penduduk (KTP), akta kelahiran dan kematian, pengurusan Surat Keterangan Tidak Mampu (SKTM), hingga penyaluran bantuan sosial. Keberhasilan pelayanan desa tidak cukup dinilai dari kelengkapan administratif saja, tetapi juga dari kemampuannya menjalin komunikasi yang efektif, menciptakan transparansi, serta membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat (Junianti, 2024).

Dalam kerangka ini, fungsi Hubungan Masyarakat (Humas) memiliki peranan penting. Humas bertugas menjembatani komunikasi antara pemerintah desa dan masyarakat, memastikan informasi tersampaikan dengan baik, serta memperkuat kepercayaan publik terhadap lembaga pemerintahan. Melalui strategi komunikasi yang terencana, humas dapat membangun citra positif pemerintah desa sebagai lembaga yang terbuka, profesional, dan tanggap terhadap aspirasi masyarakat (Dewi, 2024). Lebih dari sekadar penyebaran informasi, humas juga berfungsi mendengarkan aspirasi warga, mengklarifikasi isu yang berkembang, dan mendorong partisipasi masyarakat dalam program pembangunan desa.

Meski demikian, kondisi di lapangan menunjukkan bahwa distribusi informasi dari pemerintah desa belum berjalan optimal. Tidak semua informasi mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat secara merata, bahkan sering diterima tanpa verifikasi, sehingga menimbulkan interpretasi yang keliru (Nurfadillah, 2024). Situasi ini menegaskan perlunya pola komunikasi yang lebih terstruktur, inovatif, dan inklusif agar informasi dapat diterima dengan baik oleh semua kelompok masyarakat.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah menyoroti upaya humas dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik di tingkat desa. Hidayah & Puspasari (2024), misalnya, meneliti inovasi "KUBERSERI" di Kecamatan Plumpang yang sukses meningkatkan kualitas pelayanan administrasi melalui pendekatan partisipatif. Kharima & Wulandari (2020) menganalisis strategi humas di Desa Watudandang dengan fokus pada penguatan struktur organisasi perangkat desa dan pendekatan berbasis kearifan lokal. Sementara itu, Maskhuri & Jauhari (2022) mengeksplorasi praktik komunikasi humas di Desa Bagorejo dengan mengutamakan interaksi langsung bersama kelompok masyarakat serta pemanfaatan media lokal.

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan kajian-kajian terdahulu karena menitikberatkan pada pemanfaatan media digital, koordinasi intensif dengan RT/RW, serta transparansi informasi publik sebagai pilar strategi humas. Penelitian ini dilakukan di Kantor Desa Cigugurgirang, Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, yang memiliki karakteristik masyarakat heterogen dengan akses informasi digital yang bervariasi. Dengan menggabungkan pendekatan digitalisasi dan pemberdayaan komunitas lokal, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru bagi pengembangan praktik kehumasan di tingkat desa, khususnya dalam membangun citra pelayanan publik yang positif serta meningkatkan kepercayaan masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penelitian ini adalah: (1) mengidentifikasi strategi humas yang diterapkan Kantor Desa Cigugurgirang dalam membangun citra positif pelayanan publik, dan (2) menganalisis faktor pendukung serta hambatan yang dihadapi humas dalam pelaksanaan strategi tersebut.

2. Kajian Teori

Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Menurut Frank Jefkins (1992) dalam Rosalinda & Zuldhiyailhaq (2022), hubungan masyarakat merupakan bentuk komunikasi yang dirancang secara komprehensif, mencakup interaksi internal dan eksternal antara organisasi dengan publiknya, yang bertujuan untuk membangun kesepahaman bersama sekaligus mencapai target yang telah ditetapkan. Definisi ini mempertegas bahwa fungsi humas tidak berhenti pada penyampaian informasi semata, tetapi juga mengelola opini publik sehingga tercipta hubungan yang harmonis dan mendukung keberlangsungan organisasi dalam jangka panjang. Dengan kata lain, humas memiliki peran strategis sebagai penghubung yang mampu menyelaraskan kepentingan organisasi dan harapan publik melalui komunikasi yang efektif dan terarah.

Dalam lingkup pemerintahan desa, peran humas menjadi sangat krusial karena desa merupakan unit pemerintahan yang paling dekat dengan masyarakat dan menjadi pintu pertama bagi warga untuk mengakses berbagai layanan publik. Humas di tingkat desa tidak hanya bertugas menyebarkan informasi terkait kebijakan, program pembangunan, maupun kegiatan pemerintahan, tetapi juga berfungsi sebagai sarana penyerapan aspirasi, klarifikasi isu-isu yang berkembang, dan penguatan kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan publik yang diberikan. Keberadaan humas memungkinkan desa menghadirkan komunikasi dua arah, di mana informasi tidak hanya disampaikan secara top-down, tetapi juga menjembatani suara masyarakat agar dapat menjadi bahan evaluasi bagi pemerintah desa.

Melalui komunikasi yang dirancang secara terarah, humas mampu menghadirkan transparansi, meningkatkan kualitas layanan, dan mendorong keterlibatan masyarakat dalam perencanaan maupun pelaksanaan pembangunan desa. Fungsi ini sangat relevan dalam konteks otonomi desa yang menuntut pemerintahan lokal lebih partisipatif, akuntabel, dan mampu menjawab kebutuhan spesifik warganya. Dengan demikian, humas di desa berperan penting sebagai instrumen demokratisasi informasi yang memperkuat hubungan pemerintah dan masyarakat.

Al Khadafi & Purnama (2022) membedakan humas menjadi dua kategori yang saling melengkapi. Humas internal berfokus pada komunikasi di dalam organisasi, yang meliputi penguatan koordinasi antarperangkat desa, peningkatan kerja sama, serta pembentukan iklim kerja yang produktif dan kondusif. Keharmonisan internal ini menjadi fondasi bagi kelancaran penyelenggaraan pelayanan publik di tingkat desa. Sementara itu, humas eksternal berorientasi pada pembentukan hubungan positif dengan pihak luar, termasuk masyarakat, media, pemerintah supradesa, dan pemangku kepentingan lainnya. Keduanya memiliki kontribusi yang tak terpisahkan: humas internal memastikan soliditas organisasi, sedangkan humas eksternal membangun penerimaan publik dan citra positif pemerintahan desa. Kolaborasi dua jenis humas ini mendukung terwujudnya legitimasi pemerintah di mata masyarakat dan memperkuat kepercayaan publik.

Pelaksanaan fungsi humas di tingkat desa dapat dilakukan melalui berbagai cara. Misalnya, penyelenggaraan forum musyawarah warga sebagai wadah komunikasi dua arah, pemanfaatan baliho sebagai media informasi program dan laporan kegiatan, serta penggunaan media sosial untuk memperluas jangkauan komunikasi, terutama di kalangan masyarakat yang akrab dengan teknologi digital. Selain itu, hubungan yang intens dengan tokoh masyarakat, ketua RT/RW, dan organisasi kemasyarakatan memungkinkan pemerintah desa menjangkau berbagai lapisan masyarakat secara lebih efektif. Keterlibatan tokoh-tokoh lokal ini penting karena mereka memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini publik dan menyosialisasikan kebijakan desa.

Dengan memadukan komunikasi internal yang solid dan komunikasi eksternal yang responsif, humas di tingkat desa memainkan peran sentral dalam membangun citra positif pemerintahan. Keberhasilan membentuk citra tersebut tidak hanya meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah desa, tetapi juga memperkuat legitimasi penyelenggaraan pemerintahan dan mendukung pencapaian tujuan pembangunan desa secara berkelanjutan. Citra positif yang terbangun akan menjadi modal sosial bagi desa untuk memperoleh dukungan dari masyarakat dalam setiap programnya, sekaligus meningkatkan partisipasi warga dalam perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan pembangunan.

Citra (*Image*)

Menurut Jefkins (dalam Muslim, 2023), citra dapat dipahami sebagai kesan yang terbentuk di benak publik berdasarkan pengalaman, interaksi, dan komunikasi mereka dengan sebuah organisasi. Citra bersifat dinamis dan tidak statis, artinya dapat berubah seiring waktu tergantung pada bagaimana sebuah organisasi menjalankan kebijakan, merespons aspirasi, serta mengelola komunikasi dengan publiknya. Dengan kata lain, persepsi publik terhadap organisasi tidak hanya dipengaruhi oleh pesan formal yang disampaikan melalui berbagai media, tetapi juga oleh interaksi langsung dan pengalaman nyata yang dirasakan masyarakat ketika berhubungan dengan organisasi tersebut. Oleh karena itu, membangun citra bukanlah proses sekali jadi, melainkan upaya berkelanjutan yang memerlukan konsistensi antara apa yang dikomunikasikan dengan apa yang dijalankan.

Jefkins mengelompokkan citra ke dalam lima kategori yang menggambarkan kompleksitas persepsi publik terhadap sebuah organisasi. Pertama, citra bayangan (*mirror image*), yaitu persepsi internal organisasi mengenai bagaimana mereka mengira publik memandang mereka. Namun, persepsi ini sering kali tidak sesuai dengan kenyataan karena didasarkan pada asumsi internal, bukan fakta objektif dari publik. Kedua, citra berlaku (*current image*), yakni pandangan aktual publik terhadap organisasi pada saat tertentu, yang dapat bersifat positif, negatif, atau netral, tergantung pada pengalaman mereka. Ketiga, citra yang diharapkan (*wish image*), yaitu gambaran ideal yang ingin diciptakan dan diproyeksikan oleh organisasi ke mata publik sebagai bagian dari upaya komunikasi strategisnya. Keempat, citra perusahaan (*corporate image*), yaitu penilaian menyeluruh masyarakat terhadap organisasi sebagai entitas, meliputi reputasi, kredibilitas, tanggung jawab sosial, dan kualitas layanan yang diberikan. Kelima, citra majemuk (*multiple image*), yaitu persepsi publik yang terbentuk dari interaksi mereka dengan berbagai individu atau unit dalam organisasi, yang sering kali menghasilkan penilaian berbeda-beda tergantung pada pengalaman masing-masing individu.

Dalam konteks pelayanan publik di tingkat desa, citra pemerintahan memiliki peranan yang sangat krusial dalam membangun kepercayaan masyarakat. Desa dengan citra positif akan lebih mudah memperoleh dukungan dari masyarakat terhadap program pembangunan maupun kebijakan yang dijalankan. Citra yang baik juga mendorong keterlibatan aktif warga dalam berbagai kegiatan pembangunan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga pengawasan. Sebaliknya, citra yang buruk dapat menghambat implementasi program, menurunkan tingkat partisipasi publik, bahkan memicu resistensi masyarakat terhadap kebijakan pemerintah desa. Oleh karena itu, upaya membangun citra positif tidak bisa dipandang sebelah mata, melainkan menjadi bagian integral dari strategi komunikasi pemerintahan desa.

Membangun citra positif di lingkungan pemerintahan desa dapat dilakukan melalui berbagai cara. Misalnya, transparansi pengelolaan keuangan desa yang memastikan masyarakat mengetahui bagaimana anggaran digunakan; keterbukaan informasi publik terkait layanan, program, dan kebijakan sehingga warga merasa dilibatkan; serta daya tanggap yang tinggi dari perangkat desa dalam menanggapi aspirasi, kritik, maupun keluhan masyarakat. Ketiga aspek ini tidak hanya membentuk persepsi positif, tetapi juga menciptakan kepercayaan yang berkelanjutan.

Lebih jauh, dalam lingkungan sosial pedesaan, citra tidak hanya dibentuk melalui komunikasi formal seperti pengumuman atau laporan resmi, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh interaksi sehari-hari antara perangkat desa dan masyarakat. Sapaan ramah dari perangkat desa, pelayanan yang sigap, dan sikap proaktif dalam membantu warga dapat meninggalkan kesan positif yang mendalam. Dengan demikian, humas desa memiliki peran strategis tidak hanya dalam menyusun pesan yang efektif, tetapi juga memastikan bahwa pengalaman masyarakat selaras dengan pesan tersebut.

Pembangunan citra positif di tingkat desa dengan demikian bukan sekadar soal penyampaian informasi, melainkan menghadirkan pengalaman nyata yang membuat masyarakat merasa dihargai, dilibatkan, dan diperhatikan. Ketika masyarakat merasakan kehadiran pemerintah desa sebagai mitra yang peduli dan responsif, kepercayaan akan tumbuh, dan partisipasi dalam pembangunan akan meningkat. Dengan pendekatan yang demikian, citra positif menjadi modal sosial penting bagi keberhasilan pembangunan desa secara berkelanjutan.

Strategi Humas dalam Membangun Citra

Dewi (2024) mendefinisikan strategi humas sebagai rangkaian langkah yang terencana dan sistematis untuk mencapai sasaran komunikasi, khususnya dalam membangun dan mempertahankan citra positif organisasi.

Strategi ini tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk persepsi, memelihara hubungan, dan mengelola interaksi agar tercipta kesepahaman antara organisasi dengan publiknya. Dalam pelaksanaannya, strategi humas mencakup tiga tahap penting yang saling berkaitan dan membentuk siklus berkelanjutan.

Pertama, perencanaan, yaitu proses merumuskan tujuan komunikasi secara jelas, mengidentifikasi siapa saja audiens sasaran, serta menentukan pesan, media, dan metode yang tepat. Pada tahap ini, organisasi perlu memahami karakteristik publik, mulai dari latar belakang sosial, budaya, hingga preferensi mereka dalam mengakses informasi. Misalnya, di desa, pesan untuk kelompok usia muda dapat disalurkan melalui media sosial, sementara kelompok lansia lebih efektif dijangkau melalui komunikasi tatap muka.

Kedua, pelaksanaan, yaitu mengimplementasikan program humas melalui berbagai saluran komunikasi dan kegiatan. Pelaksanaan ini meliputi penyebaran informasi melalui media digital maupun konvensional, publikasi laporan program, penyelenggaraan acara atau kegiatan yang melibatkan partisipasi publik, serta penjalinan hubungan baik dengan para pemangku kepentingan. Pada tingkat desa, pelaksanaan dapat diwujudkan dalam bentuk penyebaran informasi melalui media sosial, pengumuman di balai desa, pemasangan baliho, hingga pelibatan masyarakat dalam kegiatan pembangunan.

Ketiga, evaluasi, yaitu proses menilai sejauh mana strategi yang diterapkan mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Evaluasi tidak hanya mencakup pengukuran efektivitas penyampaian informasi, tetapi juga melihat dampaknya terhadap peningkatan partisipasi masyarakat, penguatan kepercayaan publik, serta perbaikan citra pemerintah desa. Hasil evaluasi menjadi masukan penting untuk memperbaiki kelemahan dan mengoptimalkan strategi komunikasi di periode selanjutnya.

Menurut Nova dalam Khairi (2022), bauran strategi humas mencakup sejumlah elemen penting, seperti publikasi, penyelenggaraan acara, penyebaran berita, pembentukan citra lembaga, komunikasi dengan pemangku kepentingan, lobi dan negosiasi, hingga pelaksanaan program tanggung jawab sosial. Semua elemen ini dapat disesuaikan dengan kebutuhan organisasi dan karakteristik audiensnya. Dalam konteks pemerintahan desa, unsur-unsur tersebut dapat diterapkan melalui berbagai cara, misalnya mengadakan forum musyawarah desa untuk melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan, menyelenggarakan kegiatan sosial dan keagamaan yang memperkuat ikatan dengan warga, serta melakukan publikasi informasi secara transparan terkait program pembangunan dan pengelolaan keuangan desa.

Pada level desa, strategi humas memiliki posisi yang sangat penting karena pemerintah desa berperan sebagai garda terdepan dalam pelayanan publik. Pemerintah desa dituntut untuk mampu menjangkau semua lapisan masyarakat, yang memiliki keragaman latar belakang pendidikan, akses terhadap teknologi, dan tingkat partisipasi. Penerapan strategi ini dapat diwujudkan melalui pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook untuk mempercepat penyebaran informasi dan menjangkau masyarakat yang melek digital. Di sisi lain, komunikasi tatap muka melalui forum musyawarah desa, koordinasi dengan ketua RT/RW, serta pelibatan tokoh masyarakat tetap diperlukan, terutama untuk menjangkau warga yang kurang terbiasa menggunakan teknologi atau tinggal di wilayah dengan keterbatasan akses informasi.

Kombinasi antara pendekatan digital dan interaksi langsung menjadi kunci penting untuk memastikan informasi tersampaikan secara merata dan membangun kepercayaan publik. Pendekatan digital memungkinkan informasi disebarluaskan dengan cepat dan luas, sementara interaksi langsung membantu menciptakan kedekatan emosional, memberikan ruang dialog, dan memperkuat rasa memiliki warga terhadap program-program desa. Dengan cara ini, strategi humas di desa tidak hanya berfokus pada komunikasi satu arah, tetapi juga mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam proses pembangunan.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan mengungkap secara mendalam strategi hubungan masyarakat (humas) yang dilaksanakan di Kantor Desa Cigugurgirang, Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena yang diteliti, termasuk bagaimana pola komunikasi antara pemerintah desa dan warganya terbentuk, serta bagaimana strategi tersebut diterapkan dalam pelayanan publik.

Lokasi penelitian dipilih dengan pertimbangan tertentu, yakni Desa Cigugurgirang, mengingat perannya sebagai pusat layanan publik sekaligus sarana komunikasi antara pemerintah desa dan masyarakat. Desa ini memiliki keragaman karakteristik sosial, mulai dari tingkat pendidikan, jenis mata pencaharian, hingga akses

terhadap teknologi informasi, sehingga menarik untuk dikaji, khususnya terkait pemanfaatan media digital dan komunikasi tatap muka dalam strategi kehumasan.

Informan penelitian terdiri dari aparatur desa yang berperan langsung dalam pelaksanaan fungsi humas, yaitu Sekretaris Desa dan Kepala Urusan Tata Usaha & Umum. Mereka dipilih berdasarkan keterlibatan aktif dalam perancangan dan pelaksanaan strategi komunikasi desa. Selain itu, beberapa warga juga diwawancarai guna mendapatkan pandangan masyarakat terkait efektivitas penyampaian informasi dari pemerintah desa.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan panduan semi-terstruktur agar informasi yang diperoleh sesuai fokus penelitian. Wawancara dilaksanakan di Kantor Desa Cigugurgirang dengan menyesuaikan jadwal dan kenyamanan informan. Dokumentasi juga dilakukan berupa pengambilan foto publikasi media sosial desa sebagai data pendukung.

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari berbagai informan dan dokumen pendukung. Transferabilitas dijaga dengan penyusunan deskripsi yang detail dan kontekstual mengenai lokasi serta proses penelitian. Dependabilitas dipastikan melalui pengecekan konsistensi setiap tahapan penelitian, sementara konfirmabilitas dilakukan dengan penelusuran ulang data dan catatan lapangan guna menjamin objektivitas temuan.

4. Hasil Dan Pembahasan

Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kantor Desa Cigugurgirang menerapkan berbagai langkah komunikasi untuk memperkuat citra pelayanan publik. Menurut Sekretaris Desa, Ayi Taryana, penyampaian informasi dilakukan melalui koordinasi berjenjang dengan ketua RT/RW, yang kemudian meneruskan pesan kepada warganya. Selain itu, pemerintah desa memanfaatkan beragam kanal komunikasi seperti grup WhatsApp, akun Instagram, Facebook, serta baliho yang dipasang di titik-titik strategis. Penggunaan berbagai media ini membuat pesan dari pemerintah desa dapat diterima masyarakat dengan lebih cepat, merata, dan efektif.

Pendekatan ini sesuai dengan konsep hubungan masyarakat yang dikemukakan oleh Jefkins (dalam Rosalinda & Zuldhiyailhaq, 2022), yang menekankan pentingnya komunikasi yang terstruktur antara organisasi dan publik untuk membangun pemahaman timbal balik. Pemanfaatan media digital juga mendukung pandangan Al Khadafi & Purnama (2022) mengenai perlunya integrasi komunikasi menggunakan platform modern untuk memperluas jangkauan pesan. Desa ini juga secara aktif melakukan klarifikasi terhadap isu-isu yang berkembang di masyarakat, sehingga potensi kesalahpahaman dapat diminimalkan sejak dini.

Salah satu strategi penting lainnya adalah keterbukaan informasi keuangan. Ayi Taryana menyebutkan bahwa pemerintah desa secara rutin mempublikasikan laporan pengelolaan anggaran setiap akhir tahun, baik melalui baliho maupun unggahan di media sosial resmi. Praktik ini menunjukkan komitmen pada prinsip transparansi yang, menurut Zuliana Sari et al. (2024), menjadi kunci dalam membangun kepercayaan publik terhadap lembaga pemerintahan. Dengan cara ini, warga dapat mengetahui bagaimana dana desa dikelola sehingga meningkatkan rasa percaya dan keterlibatan masyarakat.

Ani Karmini, Kepala Urusan Tata Usaha dan Umum, juga menekankan bahwa sikap aparatur desa dalam melayani masyarakat memegang peranan besar dalam membangun citra positif. Keramahan, kesigapan, dan keterbukaan pegawai dalam memberikan pelayanan menciptakan pengalaman yang baik bagi warga yang berinteraksi dengan pemerintah desa, sehingga memperkuat citra sebagai lembaga yang peduli dan responsif.

Secara keseluruhan, strategi yang memadukan penggunaan media digital, koordinasi dengan RT/RW, publikasi informasi keuangan, serta pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan warga menjadi bentuk nyata dari komunikasi partisipatif. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat kepercayaan masyarakat tetapi juga meningkatkan legitimasi pemerintah desa di mata publik.

Faktor Pendukung dan Penghambat

Pelaksanaan strategi humas di Kantor Desa Cigugurgirang memperoleh dukungan yang kuat dari kolaborasi antara perangkat desa dan ketua RT/RW sebagai perpanjangan tangan pemerintah di tingkat lingkungan. Dukungan ini bukan hanya terkait distribusi informasi, tetapi juga memastikan adanya umpan balik dari warga mengenai berbagai kebijakan dan program yang dijalankan. Peran karang taruna juga sangat

signifikan, terutama dalam membantu menyebarluaskan informasi kepada generasi muda serta mendukung pelaksanaan kegiatan sosial kemasyarakatan. Sinergi antaraktor ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi desa tidak hanya bergantung pada pemerintah, melainkan juga pada partisipasi aktif masyarakat.

Di sisi lain, peningkatan fasilitas di kantor desa memberikan dampak positif terhadap persepsi warga. Kantor yang lebih tertata dan nyaman menciptakan pengalaman pelayanan publik yang lebih baik, sehingga mendukung peningkatan citra pemerintah desa. Hal ini sejalan dengan temuan Zuliana Sari et al. (2024), yang menekankan bahwa kualitas layanan publik tidak hanya diukur dari aspek teknis, tetapi juga dari kenyamanan fasilitas dan interaksi antara aparat dengan masyarakat.

Namun demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi sejumlah tantangan yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah ketidakterjangkauan informasi secara merata, yang menyebabkan sebagian warga menerima informasi yang tidak lengkap atau salah tafsir. Hambatan lainnya adalah minimnya literasi digital, khususnya pada kelompok lansia dan masyarakat dengan pendidikan rendah, yang membuat pemanfaatan media digital sebagai saluran komunikasi tidak optimal. Kondisi ini menguatkan temuan Nurfadillah (2024) bahwa hambatan komunikasi di desa kerap dipengaruhi oleh keterbatasan penguasaan teknologi serta kesenjangan pendidikan masyarakat.

Secara umum, strategi humas yang diterapkan Kantor Desa Cigugurgirang telah berhasil meningkatkan citra pelayanan publik melalui transparansi informasi, pemanfaatan media digital, serta pendekatan pelayanan yang ramah. Akan tetapi, ketimpangan akses informasi mengindikasikan perlunya upaya tambahan untuk menjangkau kelompok masyarakat rentan, terutama mereka yang memiliki keterbatasan dalam penggunaan teknologi.

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa rekomendasi dapat diajukan. Pertama, Pemerintah Desa perlu menyelenggarakan program literasi digital secara berkala bagi RT/RW, kader desa, dan kelompok lansia agar distribusi informasi melalui media sosial dapat berjalan efektif. Kedua, perangkat desa disarankan memperkuat pemanfaatan media konvensional seperti papan pengumuman, brosur, dan forum tatap muka guna menjangkau warga yang tidak memiliki akses internet. Ketiga, Pemerintah Kabupaten diharapkan memberikan pelatihan komunikasi publik dan pengelolaan media digital bagi aparatur desa untuk meningkatkan kapasitas mereka dalam mengelola informasi. Keempat, karang taruna dapat diperkuat perannya sebagai penghubung komunikasi antara pemerintah desa dan masyarakat di tingkat lingkungan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan partisipan, yang hanya melibatkan aparatur desa dan sebagian warga pengguna layanan. Studi mendatang diharapkan melibatkan kelompok masyarakat yang lebih beragam, seperti perempuan, pemuda, dan komunitas rentan, agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai efektivitas strategi komunikasi di tingkat desa.

5. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut; 1). Peran strategi hubungan masyarakat (humas) terbukti signifikan dalam membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan publik di Kantor Desa Cigugurgirang. Strategi yang diterapkan mencakup pemanfaatan media digital (WhatsApp, Instagram, Facebook), penyebaran informasi melalui baliho, serta koordinasi intensif bersama ketua RT/RW sebagai jembatan komunikasi di tingkat lingkungan; 2). Hambatan yang dihadapi dalam implementasi strategi humas meliputi rendahnya pemahaman sebagian masyarakat terhadap informasi yang disampaikan pemerintah desa dan keterbatasan kemampuan literasi, khususnya pada kelompok lansia dan warga berpendidikan rendah, yang menyebabkan informasi tidak diterima secara optimal; 3). Faktor pendukung keberhasilan strategi ini adalah adanya kolaborasi yang solid antara perangkat desa dengan ketua RT/RW, serta kontribusi aktif lembaga lokal seperti karang taruna yang membantu memperluas jangkauan informasi dan mempererat komunikasi antara pemerintah desa dan masyarakat.

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan adalah: 1). Pemerintah Desa disarankan untuk mengembangkan strategi humas yang lebih inovatif dan terarah dengan menghadirkan informasi yang sederhana, mudah dipahami, dan menarik bagi seluruh kalangan Masyarakat; 2). Pendekatan berbasis komunitas seperti sosialisasi melalui forum warga atau kunjungan langsung ke rumah-rumah perlu diperkuat untuk menjangkau kelompok masyarakat dengan keterbatasan akses dan pemahaman digital; 3). Forum koordinasi yang lebih terstruktur antara perangkat desa, RT/RW, tokoh masyarakat, dan organisasi lokal

seperti karang taruna perlu dibentuk guna memperluas penyebaran informasi dan meningkatkan efektivitas komunikasi publik di tingkat desa.

6. Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kontribusi selama proses penelitian ini berlangsung. Penghargaan khusus diberikan kepada dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berarti sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada perangkat Desa Cigugurgirang yang telah bersedia bekerja sama, menyediakan data, serta memberikan akses yang diperlukan selama kegiatan penelitian.

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan strategi komunikasi publik di tingkat desa, menjadi masukan bagi pemerintah desa dalam meningkatkan kualitas layanan, serta memperkuat hubungan dengan masyarakat. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi peneliti, akademisi, dan praktisi yang tertarik untuk mengkaji lebih lanjut peran hubungan masyarakat dalam membangun citra pelayanan publik di desa.

7. Referensi

- Angga Nadiyanto Prastian, R. A. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan Pasien di klinik Pratama wasilah Sehat Ciparay Kota Bandung. *Economics and Digital Bussiness Review*, 763-772.
- Alfan Bachtiar, R. N. (2024). Strategi Komunikasi Efektif Dalam Menjalin Hubungan Baik dengan Stakeholder Korporat dan Politik. *PUBLISITAS*, 96-122.
- Edy Maskhuri, M. J. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF PEMERINTAHAN DESA BAGOREJO KECAMATAN SRONO KABUPATEN BANYUWANGI.
- Haditya, R. (2024). Sosialisasi Pemahaman Teknologi Pada Warga Desa dan Peningkatan Mutu Pendidikan di Desa Cicangkang Hilir. *DIGI ACTION : Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1-3.
- Jamilah, R. (2022). *STRATEGI HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA DI MADRASAH IBTIDAIYAH NEGERI 1 PONOROGO*. Ponorogo.
- Junita Nurul Hidayah, D. P. (2024). Strategi Humas dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi Publik Melalui KUBERSERI di Kecamatan Plumpang Kabupaten Tuban. *Journal of Social Humanities and Education*, 167-179.
- Lilis Karnita Soleha, R. G. (2023). Tinjauan Strategi Pemasaran Dan Segmentasi Target Dan Possioning Pada PT. Frisian Flag Dalam Memasarkan Produknya. *Prosiding FRIMA*, 479-487.
- Lokita Pramesti Dewi, N. A. (2024). *Buku Ajar Strategi dan Teknik Public Relations*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Lutfiatul Kharima, S. S. (2020). Analisis Strategi Humas Dalam Meningkatkan Image Positif Pelayanan Administrasi di Kantor Kepala Desa Watudandang Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*.
- Muslim, A. A. (2023). *STRATEGI HUMAS PEMDA GOWA DALAM MENINGKATKAN CITRA WISATA KOTA MALINO*. Makassar.
- Nurfadillah. (2024). *STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KOPERASI DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN ONLINE*. Makassar.
- Purnama, M. R. (2022). *Penulisan Kreatuf Public Relations*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Rola Manjaleni, I. N. (2024). *Peran Divisi Humas Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Pada Dinas Sosial Provinsi Jawa Barat*. Bandung.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Wibowo Cahyoseputro, T. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan/Jasa Untuk Meningkatkan Citra KSPPS BMT Barraah Di jawa Barat . *Proceeding FRIMA*, 705-719.
- Zuldhiiailhaq, M. R. (2022). *Penulisan Kreatif Public Relations*. Makassar: Nas Media pustaka.

Zuliana Sari, S. M. (2024). Membangun Hubungan yang Positif melalui Komunikasi yang Efektif .
KHIRANI: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini, 242-253.