

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Susunan struktural pemerintah mengalami perubahan berdasarkan PERMENDAGRI nomor 56 tahun 2019 tentang pedoman nomenklatur unit kerja sekretariat daerah Provinsi dan Kabupaten atau bagian humas sekretariat daerah mengalami perubahan nama, struktur dan fungsi. Pada nomenklatur baru, bagian humas protokol diganti menjadi bagian protokol dan komunikasi pimpinan (Prokompim), yang terdiri atas tiga sub bagian yaitu sub bagian protokol, sub bagian komunikasi pimpinan dan sub bagian dokumentasi. Arahan Kebijakan Peraturan Bupati Kabupaten Purwakarta nomor 96 tahun 2020 tentang kedudukan, susunan organisasi, tugas dan fungsi serta tata kerja sekretariat dan staf ahli Bupati. prokompim tetap fokus pada penyediaan layanan keprotokolan dan kehumasan tetapi dalam ruang lingkup kecil seperti fokus melayani pimpinan meliputi kegiatan Bupati, wakil Bupati, Sekretaris daerah serta para asisten daerah kabupaten Purwakarta untuk sekarang bagian humas keseluruhannya berada dibawah Diskominfo (Dinas Komunikasi dan Informasi) kabupaten Purwakarta. Setiap daerah berbeda berdasarkan dari kebijakan para pemimpin daerah tersebut.

Protokol dan humas dibagi menjadi dua bagian untuk bagian protokol sendiri sebelum *rebranding* hanya mendampingi dan memfasilitasi kegiatan Bupati saja. Tapi tidak semua kegiatan di protokol kan hanya beberapa kegiatan kenegaraan dan kedaerah saja selebihnya Bupati jarang sekali menggunakan protokol dalam kegiatannya. Bagian humasnya semua diserahkan pada bagian Diskominfo Kabupaten Purwakarta dan pada saat sebelum terjadinya *rebranding* humas kabupaten purwakarta yang dipegang penuh oleh bagian Diskominfo dan belum memiliki media digital. Pada saat itu humas masih menggunakan cara konvensional untuk mempublikasikan suatu acara atau kegiatan bupati. (Deri, 2021) Ini dibenarkan ketika penulis melakukan pra wawancara antara penulis dengan bapak Deri selaku ketua sub Bagian Protokol beliau menyebutkan bahwa waktu jaman sebelum ambu

Anne.keprotokolan hanya dipakai di beberapa kegiatan kenegaraan dan ke daerah selebihnya tidak memakai keprotokolan. Untuk dokumentasi masih dicetak dan untuk mempublikasi menggunakan media yang ada seperti koran,tv, radio dan lainnya. Bagian protokol dan komunikasi pimpinan melakukan proses rebranding sangat panjang (Deri, 2021).

Rebranding yang dilakukan bagian prokompim yaitu mengalami keterlambatan, kurangnya sumber daya manusia, sumber daya manusia yang ada kurang pengetahuan mengenai teknologi, perubahan dari konvensional menjadi digital, tidak memiliki logo untuk identitas, kurangnya alat untuk pendokumentasian kegiatan bupati dan wakil bupati, tidak adanya media sosial penulis melihat kurang maksimal dalam mempublikasikan acara, kegiatan Bupati atau kegiatan yang ada di daerah Kabupaten Purwakarta. Dan hanya beberapa orang saja yang mengetahui berita tentang kegiatan bupati. Dengan adanya rebranding dari protokol humas menjadi protokol komunikasi pimpinan menjadi angin segar untuk berbenah menjadi lebih baik dan yang dulu konvensional menjadi digitalisasi dengan menggunakan sumber daya manusia yang mengerti tentang teknologi. *Rebranding* itu tidak semudah orang membalikan telapak tangan menurut (Muzellec dan Lambkin, 2006) *Rebranding* merupakan usaha yang dilakukan suatu perusahaan untuk mengubah total atau mengubah sebagian mereka menjadi lebih baik. awal terbentuknya Protokol dan Komunikasi Pimpinan (PROKOMPIM) semua orang masih menyesuaikan diri.

Dalam proses *rebranding*, hal-hal kecil yang harus selalu diperhatikan adalah tanggapan masyarakat tentang bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan memberikan timbal balik yang baik agar tidak terjadi penolakan. Membuat pandangan yang baik terhadap para pemimpin dan staf di lingkungan pemerintah daerah kabupaten Purwakarta dan masyarakat Kabupaten Purwakarta. Rebranding sebaiknya menggunakan strategi-strategi yang matang dalam aktivitas rebranding juga menggunakan metode komunikasi yang tepat oleh Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (PROKOMPIM). kepala sub bagian yang berada di protokol dan komunikasi pimpinan (PROKOMPIM) terus menerus melakukan evaluasi dan peningkatan dalam

penyampaian informasi dan keprotokolan dan segala sesuatu berjalan sesuai aturan. Tupoksi semuanya sudah dilaksanakan dengan baik sesuai per undang-undang dan peraturan Bupati. awal proses rebranding Untuk bagian Prokompim masih menyesuaikan diri dengan digitalisasi mereka awal rebranding langsung membuat berbagai macam media digital seperti instagram, facebook, dan blog untuk mempublikasikan berbagai kegiatan – kegiatan yang dilakukan bersama Bupati, wakil Bupati, Sekretaris daerah dan Asisten daerah. Bisa dilihat tabel 1.1 bagian prokompim kabupaten Purwakarta mengalami keterlambatan pembuatan instagram dilihat dari unggahan pertama pada media sosial instagram.

TABLE 1.1 PERBEDAAN UNGGAHAN PERTAMA PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAN

NO	Nama Instagram	Unggahan Pertama
1	@prokompimpurwakarta	14 Oktober 2020
2	@prokompim.subang	31 Desember 2018
3	@prokompimkabkuningan	28 Desember 2017
4	@prokom_banjarmasin	14 Januari 2018

(Sumber : Olahan Peneliti)

Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan menggunakan media sosial untuk mencangkup khalayaknya. Seperti media sosial instagram prokompim menyajikan informasi kegiatan dengan captionnya berupa release, memberikan informasi berita harian covid, informasi mengenai Vaksinasi, informasi mengenai pelatihan untuk para pemuda Purwakarta seperti pelatihan barista dan bakery, dan memberikan ucapan selamat. Media sosial prokompim pada Facebook mempunyai informasi yang disampaikan sama dengan seperti instagram. Penggunaan sosial media Youtube Prokompim biasanya hanya mengunggah seminggu sekali video yang diunggah adalah kilasan kegiatan yang berada di seputar lingkungan sekretariat kabupaten purwakarta dalam sepekan. Pada Blog Protokol dan Komunikasi Humas mereka mengunggah

informasi setiap hari informasi yang diunggah berupa release kegiatan pada hari itu.

Penggunaan media sosial dalam Proses *Rebranding* merupakan salah satu cara untuk memberi tahu kepada publiknya bahwa bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan melakukan *Rebranding*. Media sosial merupakan media interaksi yang saat ini digemari masyarakat, terutama masyarakat Indonesia dan efektif untuk menyebarkan suatu informasi. Seperti yang dilakukan staff komunikasi pada bagian Prokompim mereka menyebarluaskan informasi menggunakan sosial media seperti instagram, facebook, dan blog dari Prokompim. Dengan menggunakan media sosial bagian Prokompim lebih mudah menjangkau target audiens atau publiknya. Bagian Prokompim menyebarluaskan informasi mengenai pimpinan yang ada di lingkungan sekretariat Kabupaten Purwakarta. Informasi yang disajikan berupa informasi yang sesuai dengan keadaan yang nyata terjadi. Interaksi humas melalui media sosial yang terpenting adalah mengenali khalayaknya di media sosial yang digunakan. Melakukan *rebranding* media sosial juga sangat dibutuhkan untuk memperkenalkan citra baru dari perusahaan atau instansi.

Kegiatan prokompim pada sosial media merupakan; Menyebarluaskan siaran pers, mengorganisasikan siaran pers, menyajikan konten media, serta menanggapi permintaan media, terutama untuk memperoleh publisitas yang *favourable* dengan penyebarluasan informasi secara sistematis hal ini didapat dari hasil pra penelitian bersama (Deri, 2021). Seperti yang dilakukan staff komunikasi pada bagian Prokompim mereka menyebarluaskan informasi menggunakan sosial media seperti instagram, facebook, dan blog dari Prokompim. Peneliti juga membaca beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan strategi hubungan masyarakat dalam rebranding untuk menambah preferensi dan pengetahuan untuk awal penulisan penelitian ini.

Penelitian terdahulu yang penulis baca yang pertama ialah penelitian yang telah dilakukan oleh (Damayanti, A. 2016) “Strategi public Relations dalam rebranding The Djayakarta Daira Hotel Menjadi The Daira Hotel Palembang” pada skripsi ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kualitatif

dan data kuantitatif. Teknik pengumpulan datanya menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil pelaksanaan *rebranding* yang dilakukan oleh The Djayakarta Daira Hotel menggunakan beberapa strategi yaitu menggunakan sasaran dan tujuan program, menggunakan identifikasi khalayak, menetapkan kebijakan dan aturan yang ditentukan untuk menentukan strategi yang akan digunakan. Ini adalah strategi yang digunakan pada saat *rebranding* The Djayakarta Daira Hotel Menjadi The Daira Hotel Palembang. Penelitian ini terdapat perbedaan pada objek penelitian yaitu The Djayakarta Daira hotel menjadi The Daira Hotel Palembang, sedangkan penulis meneliti Protokol dan Komunikasi pimpinan Kabupaten Purwakarta. Metode penelitian The Djayakarta Daira hotel adalah metode penelitian kualitatif Deskriptif sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif studi kasus.

Kedua penelitian terdahulu dari (Maula, A., 2018) berjudul “Rebranding PT.Telkom Surabaya Dalam Pelayanan Pelanggan (Studi Kasus Pada Speedy menjadi Indihome)” pada skripsi ini metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus serta dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif, Hasil penelitian menyatakan bahwa proses yang digunakan saat *rebranding* adalah *repositioning* menggunakan *tagline, renaming* penamaan baru yang mudah diingat oleh masyarakat seperti nama *indiHome, redesigning* perubahan logo menjadi lebih unik, dan *relaunching* dilakukan secara internal dan eksternal untuk internal dilakukan kebijakan-kebijakan ketat untuk seluruh karyawan dan eksternal membuat press release yang dibuat oleh kantor pusat.

Penelitian terdahulu dari (Gustiani, Y., Sanusi, I., & Muchtar, K., 2018) berjudul “Upaya Pemerintah Dalam Membentuk Citra Purwakarta Melalui Kearifan Lokal” pada penelitian ini menggunakan paradigma Konstruktivisme metode penelitian studi kasus. Hasil penelitian ini merupakan peran pemerintah dalam menyebarkan informasi mengenai pariwisata di daerah Kabupaten Purwakarta dengan menggunakan media cetak atau media online untuk publikasi sangat dibutuhkan untuk memperkenalkan hal – hal yang menarik di daerah Purwakarta seperti tempat wisata. Informasi yang disajikan dengan unik

dapat menarik wisatawan untuk datang berkunjung ke Purwakarta. Informasi yang disajikan juga membuat persepsi masyarakat terhadap pemerintah kabupaten Purwakarta dan kepada Purwakarta cenderung Positif.

Sesuai dengan pemaparan diatas maka peneliti mengenai *Rebranding* ini menarik dilakukan karena adanya perubahan struktural, terlambatnya proses *rebranding* perubahan cara bekerja dari konvensional menjadi digital, perubahan cara penyampaian informasi, ada pergantian sumber daya manusia, sumber daya manusia yang ada kurang pengetahuan mengenai teknologi dan perubahan nama. Ada penelitian yang telah dilakukan mengenai Prokompim oleh Fariskha, T., F. (2021) dari Universitas Institut Pertanian Bogor, Bogor yang berjudul “Peran Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam mendokumentasikan Kegiatan Pemerintah Kota Bogor” baru membahas mengenai peran bagian Dokumentasi dalam mendokumentasikan kegiatan Pemerintahan Kota Bogor, tapi belum ada yang membahas mengenai proses *rebranding* pada bagian Prokompim. Penelitian ini juga dapat menyumbangkan keilmuan dalam bidang *Public Relations* yang berfokus pada pengelolaan strategi dalam keadaan proses *Rebranding*, membentuk Citra baru, membuat dan menyusun strategi mengenai *Public Relations*. Oleh karena itu, Peneliti memutuskan untuk mengambil judul “**Analisis Strategi *Rebranding Public Relations* Pemerintahan Protokol Dan Komunikasi Pimpinan Kabupaten Purwakarta**”

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, fokus dari penelitian ini adalah strategi *rebranding* yang digunakan oleh bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kabupaten Purwakarta.

1.3 Identifikasi Masalah

1. Bagaimana *repositioning* yang dilakukan protokol dan komunikasi pimpinan dalam proses *rebranding*?
2. Bagaimana *Redesign* yang dilakukan protokol dan komunikasi pimpinan dalam proses *rebranding*?

3. Bagaimana *renaming* yang dilakukan protokol dan komunikasi pimpinan dalam proses *rebranding*?
4. Bagaimana *relaunch* yang dilakukan protokol dan komunikasi pimpinan dalam proses *rebranding*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang sudah disebutkan, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui *repositioning* yang dilakukan protokol dan komunikasi pimpinan dalam proses *rebranding*?
2. Mengetahui *Redesign* yang dilakukan protokol dan komunikasi pimpinan dalam proses *rebranding*?
3. Mengetahui *renaming* yang dilakukan protokol dan komunikasi pimpinan dalam proses *rebranding*?
4. Mengetahui *relaunch* yang dilakukan protokol dan komunikasi pimpinan dalam proses *rebranding*?

1.5 Manfaat Penelitian

pada penelitian ini juga tentunya memiliki manfaat, dalam dunia akademis maupun dunia praktis. Berikut adalah beberapa manfaat dari segi akademis serta manfaat praktis.

1.5.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis peneliti berharap penelitian ini dapat menambah wawasan yang luas dan juga memberikan referensi pembaca khususnya mengenai analisis strategi *rebranding Public Relation* Pemerintahan Protokol Komunikasi Pimpinan *rebranding* Kabupaten Purwakarta

1.5.2. Manfaat Praktis

1. Hasil dari penelitian ini ditujukan untuk Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Sekretariat Kabupaten Purwakarta sebagai bahan

pembelajaran, masukan dan saran untuk pengambilan strategi komunikasi dalam pembentukan citra pada media sosial.

2. Pada penelitian ini berharap dapat menambah ilmu dan wawasan yang dapat diaplikasikan dalam proses *rebranding* pada Prokompim atau kepada pembaca yang tertarik dengan proses *rebranding*. Dalam hal ini juga dapat menambah pengetahuan penulis dalam memahami metode dalam menganalisis penelitian.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan mulai bulan Oktober 2021- Juli 2022. Rincian bisa dilihat pada tabel 1.

TABLE 1. 2 WAKTU DAN PERIODE PENELITIAN

No.	Tahapan Penelitian	2021		2022						
		November	Desember	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Menentukan topik dan judul penelitian									
2	Penyusunan proposal bab 1 s/d bab 3									
3	<i>Desk Evaluation</i>									
4	Pengumpulan dan pengolahan data									
5	Penyusunan bab 4, 5 dan daftar pustaka									
6	Sidang Skripsi									