

STRATEGI KOMUNIKASI PROTOKOL DAN KOMUNIKASI BIMBINGAN DALAM MEMBANGUN CITRA KEPALA DAERAH KABUPATEN TABALONG

Endah Lindriyani¹, Murdiansyah Herman², Laila Qadariah³

¹Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, 17110041

²Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, 1109127301

³Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, 1129097201

Email: endahlindriyani05@gmail.com

Website: Uniska-bjm.ac.id

ABSTRAK

ENDAH LINDRIYANI, NPM. 17110041 "Strategi Komunikasi Protokol dan Komunikasi Pimpinan Dalam Membangun Citra Kepala Daerah Kabupaten Tabalong". Bimbingan Bapak Dr. Murdiansyah Herman, S.Sos., M.AP sebagai pembimbing Utama dan Ibu Laila Qadariah., S.SOs., M.I.Kom sebagai Co Pembimbing.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Untuk mengetahui 1. bagaimana strategi komunikasi Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) dalam membangun citra kepala daerah Kabupaten Tabalong, 2. Untuk mengetahui bagaimana cara Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) mempertahankan citra yang telah di bangun tersebut.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan dengan tehnik wawancara dan dokumentasi kepada dua orang narasumber. Analisis data dengan menggunakan pengumpulan data, pengolahan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam membangun Citra Kepala Daerah ada dua yaitu Penyebarluasan informasi secara terus menerus dan pemilihan media yang tepat. Penggunaan media juga sangat berpengaruh dalam membangun dan mempertahankan citra yang telah dibangun tersebut, namun kurang nya infrastuktur teknologi di masyarakat menjadikan informasi yang dibuat sangat terbatas untuk disampaikan.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Citra Kepala Daerah

ABSTRACT

ENDAH LINDRIYANI, NPM. 17110041 "Protocol Communication Strategy and Leadership Communication in Building the Image of the Regional Head of Tabalong Regency". Guidance Mr. Dr. Murdiansyah Herman, S.Sos., M.AP as the main supervisor and Mrs. Laila Qadariah., S.SOs., M.I.Kom as Co Advisor.

The purpose of this study was to find out 1. How is the communication strategy of Protocol and Leadership Communication (Prokopim) in building the image of the regional head of Tabalong Regency, 2. To find out how the Protocol and Leadership Communication (Prokopim) maintains the image that has been built.

The research method uses a qualitative approach with qualitative descriptive research. Data were collected by interview and documentation techniques to two resource persons. Data analysis using data collection, data processing, data presentation and drawing conclusions.

The results of the study indicate that there are two communication strategies carried out by the Protocol and Communications Leaders in building the Image of the Regional Head, namely the continuous dissemination of information and the selection of the right media. The use of media is also very influential in building and maintaining the image that has been built, but the lack of technological infrastructure in the community makes the information that is made very limited to be conveyed.

Keywords: Communication Strategy, Image

PENDAHULUAN

Komunikasi menyorankan suatu pikiran, makna, dan pesan yang di anut secara sama. Komunikasi merupakan suatu proses menciptakan suatu kesamaan atau suatu kesatuan pemikiran antara pengirim dengan penerima. Berdasarkan pemahaman mengenai komunikasi ini, dapat diartikan secara garis besar bahwa komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian suatu pikiran, makna, atau pesan oleh pengirim kepada penerima dengan maksud untuk mencapai kesatuan dan kesamaan pemahaman.

Seperti yang kita ketahui sebagai makhluk sosial, komunikasi tidak akan pernah lepas dari kehidupan. Strategi merupakan cara salah satu cara untuk mencapai tujuan. Proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai.

Protokol dan Komunikasi Pimpinan (*Prokopim*) adalah salah satu bagian dari bagian terkini suatu lembaga untuk membentuk sebuah citra kepala daerah di masyarakat. Protokol dan Komunikasi Pimpinan dapat membangun opini masyarakat, mengembangkan image positif kepala daerah.

Konsep suatu citra dalam kelembagaan sangat penting untuk dibangun karena citra yang baik akan mempunyai dampak yang menguntungkan, dan citra yang negatif dapat merugikan suatu lembaga atau organisasi. Webster dalam Sutisna (2002 :331) mendefinisikan citra sebagai gambaran mental atau konsep tentang sesuatu. Selanjutnya Kotler & Fox dalam Sutisna (2002:331), menambahkan bahwa citra adalah jumlah dari keyakinan-keyakinan, gambaran-gambaran, dan kesan-kesan yang di punyai seseorang pada suatu objek. Sutisna (2002 :334) menambahkan bahwa citra itu ada, tapi tidak nyata atau tidak

bisa digambarkan secara fisik, karena citra hanya ada dalam pikiran.

Pentingnya suatu citra dalam sebuah lembaga ataupun organisasi karena merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk di benak masyarakat tentang lembaga atau organisasi tersebut. Citra juga merupakan sebuah aset terpenting dari lembaga atau organisasi.

Protokol dan Komunikasi Pimpinan di Kantor Sekretaris Daerah di Kota Tanjung Kabupaten Tabalong ini sangat memiliki peranan penting dalam membentuk citra pemerintahan daerah Kota Tanjung. Dilihat dari Sekretaris Daerah Kota Tanjung sangat bekerja keras mempertahankan image Kota Tanjung. Pemerintahan Humas Sekda Kota Tanjung dalam mengembangkan hubungan baik dalam masyarakat dengan cara memberikan informasi. Selain itu, juga menciptakan pengertian publik yang lebih baik dapat memperbesar kepercayaan masyarakat terhadap pemerintahan kota Tanjung. Strategi berasal dari kata Yunani *strategia* (*stratus* = militer dan *ag* = memimpin), yang berarti seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Di dalam kamus besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa strategi adalah ilmu dan seni yang menggunakan sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu dalam perang dan damai, atau rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran.

Strategi menurut J.L Thompson (1995) yang dikutip dari Oliver (2007 : 2) mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir: "Hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi. Ada strategi yang luas untuk keseluruhan organisasi dan strategi kompetitif untuk masing-masing aktivitas. Sementara itu, strategi fungsional mendorong secara langsung strategi kompetitif." Bennett (1996) menggambarkan strategi sebagai arah yang dipilih organisasi untuk diikuti dalam mencapai misinya.

Sedangkan pada hakikatnya strategi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Istilah strategi awalnya digunakan dikalangan militer dalam menjalankan tugas-tugasnya di lapangan. Konsep strategi yang semula diterapkan dalam kemiliteran dan dunia politik, kemudian banyak diterapkan pula dalam bidang manajemen, dunia usaha, pengadilan dan pendidikan.

Dengan meluasnya penggunaan konsep strategi, seperti dikutip dari Aliasan, bahwa dalam teori Hardy, Langley dan Rose mengemukakan bahwa strategi adalah dipahami sebagai rencana atau kehendak yang mendahului dan mengendalikan pekerjaan.

Adapun bentuknya, sebagaimana dikutip dari Kustadi Suhandang, bahwa dalam teori Gregory G. Dess dan Alex Miller yang membagi strategi dalam dua bentuk, yaitu strategi yang dikehendaki dan strategi yang direalisasikan. Strategi yang dikehendaki (*intended strategic*) terdiri dari tiga elemen.

1. Sasaran-sasaran (*goals*), yaitu apa yang ingin dicapai dalam pelaksanaan pencapaian tujuan. Sasaran yang dimaksud memiliki arti yang luas dan sempit. Dengan demikian, tujuan akhir bisa dikatakan sebagai sasaran yang lebih luas daripada tujuan-tujuan bagiannya secara sempit. Selain dari itu, sasaran tersebut terbagi lagi menjadi tiga tingkatan atau hirarki menjadi :
 - a. Visi (*vision*) yang merupakan kerangka acuan kegiatan nyata yang terpadu.
 - b. Misi (*Mission*) yaitu banyak sasaran yang harus dicapai sebagai tugas dan prinsip utama guna mewujudkan visi.
 - c. Tujuan-tujuan (*objectives*), yaitu tujuan-tujuan khusus dan spesifik harus dicapai demi tercapainya tujuan akhir yang telah ditentukan sebelumnya.

2. Kebijakan (*policies*), merupakan garis pedoman untuk bertindak guna mencapai sasaran atau tujuan-tujuan tadi.

3. Rencana-rencana (*plans*), merupakan pernyataan dari tindakan terhadap apa yang diharapkan akan terjadi.

Adapun strategi yang direalisasikan (*realized strategic*) merupakan apa yang telah terwujud pencapaiannya. Strategi ini sering mengalami perubahan dalam keseluruhan implementasinya, sesuai dengan peluang dan ancaman yang dihadapi. Sebenarnya, strategi yang terwujudkan selalu lebih banyak atau sedikit daripada strategi yang dikehendaki.

Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan kesatuan teknik tertentu yang telah direncanakan untuk mencapai tujuan. Selain itu, juga berfungsi sebagai pedoman atau petunjuk arah jalan dan menunjukkan bagaimana taktik kerjanya.

Definisi Komunikasi

Pengertian komunikasi dapat dilihat dari etimologi (bahasa) dan terminologi (istilah) Dari sudut pandang etimologi, menurut Roudhonah dalam buku ilmu komunikasi, dibagi menjadi beberapa kata diantaranya "*communicare*" yang berarti berpartisipasi atau memberitahukan, *Communis opinio* yang berarti pendapat umum.

Raymond S. Ross yang dikutip oleh Deddy Mulyana dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar mengemukakan bahwa "Komunikasi atau *Communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *Communis* yang berarti membuat sama. Dari pengertian tersebut dapat kita tarik kesimpulan bahwa komunikasi adalah suatu penyampaian pesan yang bertujuan untuk membuat sama persepsi antara komunikator dan komunikan.

Tujuan Komunikasi

Sebagaimana dikutip dari Herri Zan Pieter, bahwa dalam teori Hewwit, menjabarkan tujuan penggunaan komunikasi secara spesifik antara lain :

- 1) Mempelajari dan mengajarkan sesuatu.
- 2) Mempengaruhi perilaku seseorang.

- 3) Mengungkapkan perasaan.
- 4) Menjelaskan perilaku sendiri atau perilaku orang lain.
- 5) Berhubungan dengan orang lain.
- 6) Menyelesaikan sebuah masalah mencapai sebuah tujuan.
- 7) Menurunkan ketegangan.
- 8) Menyelesaikan konflik.
- 9) Menstimulasi minat pada diri sendiri atau orang lain.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi bertujuan untuk menciptakan pengertian, dukungan, dan tindakan dari komunikan, sehingga komunikasi dapat menentukan betapa efektifnya orang yang bekerja sama dan mengkoordinasikan usaha-usaha untuk mencapai tujuan.

Definisi Citra

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Citra adalah gambar, gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, organisasi atau pembangunan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa inti tugas untuk seorang humas adalah produk. Sedangkan dikutip dari Syarifuddin S. Gassing dan Suryanto, bahwa dalam teori Huddleston, Citra adalah serangkaian kepercayaan yang dihubungkan dengan sebuah gambaran yang dimiliki dan diperoleh bahwa dalam teori Frank Jefkins, citra adalah kesan seorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalaman.

Menurut kutipan diambil dari Soleh Soemirat dan Elvinaro Adrianto, bahwa dalam teori Frank Jefkins (2007: 114), citra adalah kesan seorang individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalaman.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa citra merupakan kesan yang diterima oleh seseorang berdasarkan

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif.

pengetahuan dan pengalaman serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya.

Manfaat Citra

Menurut Siswanto Sutojo yang dikutip Ardianto (2011:63) manfaat citra perusahaan yang baik dan kuat yakni :

- 1) Daya saing jangka menengah dan panjang yang mantap. Perusahaan berusaha memenangkan persaingan pasar dengan menyusun strategi pemasaran taktis.
- 2) Menjadi perisai selama krisis. Sebagian besar masyarakat dapat memahami atau memaafkan kesalahan yang dibuat perusahaan dengan citra baik, yang menyebabkan mereka mengalami krisis.
- 3) Menjadi daya tarik eksekutif handal, yang mana eksekutif handal adalah aset perusahaan.
- 4) Meningkatkan efektivitas strategi pemasaran.
- 5) Menghemat biaya operasional karena citranya yang baik.

Manfaat Citra

Menurut Siswanto Sutojo yang dikutip Ardianto (2011:63) manfaat citra perusahaan yang baik dan kuat yakni :

- 1) Daya saing jangka menengah dan panjang yang mantap. Perusahaan berusaha memenangkan persaingan pasar dengan menyusun strategi pemasaran taktis.
- 2) Menjadi perisai selama krisis. Sebagian besar masyarakat dapat memahami atau memaafkan kesalahan yang dibuat perusahaan dengan citra baik, yang menyebabkan mereka mengalami krisis.
- 3) Menjadi daya tarik eksekutif handal, yang mana eksekutif handal adalah aset perusahaan.
- 4) Meningkatkan efektivitas strategi pemasaran.
- 5) Menghemat biaya operasional karena citranya yang baik.

Dimana pada penelitian ini peneliti lebih mengutamakan untuk menggambarkan dan mengungkapkan bagaimana cara Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam membangun citra kepala daerah Kabupaten Tabalong. Jenis

penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode kualitatif. Penelitian ini di pilih peneliti karena peneliti hanya menggambarkan nilai variabel yang mandiri. Penelitian ini dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subyek atau objek penelitian. Untuk mengumpulkan data dan informasi dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data seperti wawancara, observasi dan dokumentasi.

ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Berikut ini adalah hasil penelitian analisis dari staff Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam membangun citra Kepala Daerah :

Bagaimana Strategi Komunikasi Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam membangun citra Kepala Daerah Kabupaten Tabalong

Dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan yang telah dilakukan, Protokol dan Komunikasi Pimpinan membutuhkan strategi komunikasi agar bisa menanamkan kepercayaan kepada masyarakat untuk meningkatkan citra Kepala Daerah.

Strategi komunikasi yang Protokol dan Komunikasi Pimpinan gunakan tidak hanya terbatas dengan berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat. Namun juga sangat perlu adanya peran serta media untuk menunjang kelancaran komunikasi antara kepala daerah dengan masyarakatnya. Sehingga pada akhirnya melalui kinerja yang Protokol dan Komunikasi Pimpinan lakukan dapat membangun dan meningkatkan citra Kepala Daerah di mata masyarakat Kabupaten Tabalong.

Seperti yang Rully Febriansyah mengungkapkan tentang strategi komunikasi

komunikasi Protokol dan Komunikasi Pimpinan guna untuk membangun citra Kepala daerah Kabupaten Tabalong yaitu :

“Strategi kami untuk membangun citra yaitu, menghadirkan Kepala Daerah disemua event yang ada di masyarakat, contoh misalnya ketika pandemi semua produk pemberitaan itu harus ada menyangkut kinerja Kepala Daerah dan didalam pemilihan media juga harus dicermati bagaimana media-media yang sedang populer dan sedang di gemari masyarakat baik itu yang elektronik maupun cetak dan media online. Dan dari penjabaran tadi poin dari strategi kami dalam membangun citra Kepala Daerah yaitu penyebaran informasi yang masif dan pemilihan media yang tepat.”

Maka dari itu dalam proses strategi membangun citra Kepala Daerah tersebut pastinya tidak lepas dari sarana dan media komunikasi, baik menggunakan media cetak, elektronik, dan online. Adapun media yang di gunakan oleh Protokol dan Komunikasi Pimpinan sebagai berikut :

a. Media Cetak

Media cetak yang dimaksud adalah sarana komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi dengan cara dicetak. Media cetak yang digunakan oleh Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam menyampaikan informasi mengenai Kepala Daerah Kabupaten Tabalong, antara lain :

1) Koran

Koran menjadi salah satu media cetak yang masih banyak digemari oleh masyarakat Tanjung Tabalong. Seperti berita yang dimuat pada tanggal 11 Desember 2020 oleh koran Harian Barito Post seperti di bawah ini berisi tentang Silaturahmi Caketum Hipmi Rendy ke Bupati Tabalong untuk memaparkan program kerja dan menggali potensi yang ada di Tabalong.



Gambar.2.3 Berita Bupati Tabalong yang dimuat di koran

2) Baliho dan Spanduk

Selain media cetak Baliho dan Spanduk menjadi salah satu media yang dimanfaatkan untuk membangun citra Kepala Daerah Kabupaten tabalong. Seperti beberapa baliho di bawah ini :



Gambar.2.4. Baliho tentang Bupati Tabalong

b. Media Elektronik

Media Elektronik juga menjadi salah satu alat yang digunakan dalam proses penyampaian pesan atau informasi dari sumber kepada masyarakat. Media elektronik banyak digunakan pada lembaga/organisasi di berbagai bidang seperti pemerintahan, hukum dan jasa dengan tujuan agar pesan yang ingin disampaikan dapat dengan mudah diterima dan diterimanya pesan dengan sangat cepat dapat menjadi pengaruh yang tinggi bagi masyarakat.

Adapun media elektronik yang di gunakan oleh Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam menyampaikan pesan atau informasi mengenai Kepala Daerah Kabupaten Tabalong :

1) Televisi

Televisi

merupakan media elektronik yang digunakan Protokol dan Komunikasi Pimpinan untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Adapun televisi yang bekerjasama dengan Protokol dan Komunikasi Pimpinan yaitu salah satunya adalah TV Tabalong.



Gambar.2.5. Liputan kegiatan Bupati Tabalong oleh TV Tabalong

2) Radio

Radio juga menjadi salah satu media elektronik yang sangat dikenal oleh masyarakat Kabupaten Tabalong yang hingga saat ini keberadaan radio masih tetap eksis digunakan, karena proses komunikasinya yang cukup efektif walaupun daya jangkauan yang masih terbatas. Dan Protokol dan Komunikasi Pimpinan bekerjasama dengan Radio Suara Tabalong untuk menyampaikan informasinya.

Dari penjelasan wawancara di atas, dapat di tarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan Protokol dan Komunikasi Pimpinan bagi penulis sangat tepat dilihat dari perkembangan zaman yang mana media menjadi pilihan yang tepat untuk membangun citra baik itu dari media sosial maupun media konvensional.

4.5.2 Bagaimana cara Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam mempertahankan citra yang telah dibangun tersebut ?

Untuk membangun citra seorang Kepala Daerah tentunya membutuhkan strategi untuk menciptakan kesan dihati masyarakatnya. Setelah strategi yang diupayakan telah terbangun maka para staff Protokol dan Komunikasi Pimpinan selaku bagian yang langsung berada di bawah Kepala daerah sangat wajib untuk mempertahankan citra yang telah mereka bangun tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian penulis menyimpulkan bahwa untuk mempertahankan sebuah citra itu sangat tidak mudah karena dalam mempertahankan sebuah citra seperti yang di sampaikan Informan dua tadi bahwa dalam mempertahankan citra itu dengan melakukan penyebaran informasi yang masif, dimana tidak mudah untuk selalu memberikan informasi secara terus-menerus.

Di dalam upaya untuk mempertahankan citra Kepala Daerah yang telah di bangun tersebut juga dengan cara pemilihan media yang tepat disetiap informasi yang telah dibuat, sangat tidak mudah untuk memilih media yang tepat. Terlebih ketika adanya hambatan infrastruktur teknologi yang mana disaat informasi

yang disampaikan terbatas yaitu tidak semua masyarakat bisa mengakses disitulah informasi tidak bisa tersampaikan.

Maka dari itu, dalam pemilihan media yang tepat untuk menyebarluaskan informasi itu sangat penting untuk dilakukan dalam proses upaya untuk mempertahankan citra kepala daerah yang sudah di bangun tersebut.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Kantor Sekretariat Daerah Kabupaten Tabalong bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kinerja Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam menjalankan tugas dan fungsinya dalam menyiapkan segala hal yang dibutuhkan untuk kegiatan Kepala Daerah menjadi tugas utama yang sangat penting. Dimana untuk membangun sebuah citra tentu nya Protokol dan Komunikasi Pimpinan harus menyediakan informasi yang baik dan tepat, karena jika informasi tersebut tidak tersampaikan dengan baik ke masyarakat maka akan sangat berdampak besar terhadap reputasi Kepala Daerah.
2. Strategi komunikasi Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam membangun Citra Kepala Daerah Kabupaten Tabalong yaitu menghadirkan Kepala Daerah disemua event yang ada di masyarakat, contoh misalnya ketika pandemi semua produk

pemberitaan itu harus ada menyangkut kinerja Kepala Daerah dan didalam pemilihan media juga harus dicermati bagaimana media-media yang sedang populer dan sedang di gemari masyarakat baik itu yang elektronik maupun cetak dan media online. Dan dari penjabaran tadi poin dari strategi kami dalam membangun citra Kepala Daerah yaitu penyebaran informasi yang masif dan pemilihan media yang tepat.

3. Dalam upaya mempertahankan citra yang telah dibangun tersebut Protokol dan Komunikasi Pimpinan melakukan cara yang sama seperti strategi yang telah di jelaskan di atas, dengan dilakukannya penyebaran berita yang masif atau terus menerus dapat membuat citra yang telah dibangun bertahan.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian di atas, maka penulis menyarankan sebagai berikut :

1. Untuk Protokol dan Komunikasi Pimpinan agar lebih dapat membangun komunikasi yang baik terhadap masyarakat untuk lebih meningkatkan citra Kepala Daerah yang telah dibangun.
2. Seperti Dinas yang lain agar memudahkan sub Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan mengetahui apakah usaha yang mereka lakukan dalam membangun dan mempertahankan citra Kepala Daerah berhasil tidaknya bisa dengan mengolah wadah atau tempat untuk masyarakat menyampaikan aspirasinya.

3. Dan untuk kepada seluruh masyarakat Tanjung Tabalong agar lebih kritis dalam menyampaikan sesuatu agar lebih dipahami terlebih dahulu sebelum menyampaikan aspirasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Sihabudin, Komunikasi Antarbudaya, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013),
Alias, 2016. *Strategi Dakwah dalam Mengubah Sikap*. Palembang : Noerfikri
Ardianto, Elvinaro dan Soemirat, Soleh. (2010). *Dasar-Dasar Public Relations*.
Arifin, Anwar. 1948. *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*, Bandung: ARMICO
Em zul Fajri dan Ratu Aprilia senja, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Difa Publisher, 2007), hlm. 218.
Fandy Tjipto, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : CV Andi Offset, 2008), Ed. III, h.3
Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga, (Jakarta : Balai Pustaka, 2005), h.1092.
Gassing dan Suryanto, *Op. Cit.*, hlm. 157-158.
Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta : Kencana, 2015) hlm. 2.
Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), Cet. 13, hlm. 70-71.
Hafied, Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 133-174
Imam Gunawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, (Jakarta: Bumi Angkasa, 2013) hal. 81-82
Jefkins, Frank : Daniel Yadin, 2004. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga.
Maksimius Ramses Lalongkoe dan Thomas Alfai Edison, *Komunikasi Terapeutik: Pendekatan Praktis Praktisi Kesehatan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm. 46.
Muhammad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, (Jakarta : Kencana, 2010), hlm. 1.
Nawari Hadari. 2015. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta. Gadjah Mada University Press. Hlm. 67.
Oliver, Sandra. 2001. *Public Relations Strategy*. London. Kogan Page L
Persada, 2012), Cet. 13, hlm. 70-71.
Pieter, *Op. Cit*, hlm. 33.
Sugiyono, 2015, *metedologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung, hlm. 225)
Sutisna, 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : Penerbit PT. Remaja Rosdakarya Bandung
Sutisna, 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : Penerbit PT. Remaja Rosdakarya Bandung
Sutisna, 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : Penerbit PT. Remaja Rosdakarya Bandung

