

# Citra Pemerintah Provinsi Jawa Timur Pasca Penerapan PSBB Surabaya Raya Di Mata Masyarakat Surabaya Raya

Kelvin Kurniawan, Otto Bambang Wahyudi, & Titi Nur Vidyarani

Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

*kelvinkurniawann@gmail.com*

## Abstrak

Citra organisasi diartikan sebagai suatu gambaran dari individu atas sosok keberadaan kebijakan dari suatu organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui deskripsi citra Pemerintah Provinsi Jawa Timur pasca penerapan PSBB Surabaya Raya di mata masyarakat Surabaya Raya. Pengukuran citra dilakukan berdasarkan enam indikator pembentukan citra yaitu *Dynamic, Cooperative, Business, Character, Successful, Withdrawn*. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan metode survei *online*, sehingga pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara *online*. Metode pengolahan data dilakukan dengan menguji validitas, reliabilitas, dan frekuensi. Teknik analisis data dilakukan dengan analisis statistik deskriptif dan tabulasi silang (*crosstab*). Dari hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa gambarancitra Pemerintah Provinsi Jawa Timur pasca penerapan PSBB Surabaya Raya di mata masyarakat Surabaya Raya adalah positif. Berdasarkan indikatornya, indikator dengan nilai citra tertinggi adalah indikator *Successful* dengan nilai 4.08 dan yang terendah adalah indikator *Cooperative* dengan nilai 3.16. Untuk indikator lainnya yaitu *Dynamic* memperoleh nilai 4.05, *Business* dan *Character* masing – masing memperoleh nilai 3.92, *Withdrawn* dengan nilai 3.86.

**Kata Kunci:** Citra organisasi, Pemerintah Provinsi Jawa Timur, PSBB Surabaya Raya

## Pendahuluan

Seiring dengan adanya pandemi Covid-19 yang terjadi hampir diseluruh penjuru dunia, salah satunya Indonesia dan termasuk Jawa Timur, maka Pemprov Jatim selaku organisasi tertinggi yang mengatur dan mengepalai Jawa Timur harus bekerja ekstra dalam menghadapi pandemi tersebut. Kasus positif Covid-19 di Indonesia terus bertambah pasca 2 Maret 2020 dimana Joko Widodo selaku Presiden mengumumkan kasus Covid-19 pertama di Indonesia. Dilansir dari Liputan6.com pada tanggal 7 juni 2020, pemerintah menandai dua wilayah besar di Indonesia yaitu DKI Jakarta dan Jawa Timur sebagai wilayah dalam taraf berbahaya Covid-19. Pada website resmi bnpb-inacovid19.com, dituliskan bahwa hingga pada 27 Juni 2020, Achmad Yurianto (Jubir pemerintah untuk penanganan Covid-19) menyampaikan bahwa jumlah kasus Covid-19 di Jawa Timur telah melewati DKI Jakarta.

Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan serta penyebaran kasus Covid-19 di Jawa Timur khususnya di daerah Surabaya Raya (Surabaya, Sidoarjo, Gresik) yang terus melonjak, Pemprov Jatim terus memberlakukan kebijakan – kebijakan baru guna menanggapi pertumbuhan kasus positif Covid-19. Bahkan, pada 4 Juni 2020 Surabaya ditetapkan menjadi wilayah Zona Merah Tua, serta menjadi daerah dengan kasus Covid-19 terbanyak di Jawa Timur disusul dengan Sidoarjo dan Gresik. Oleh karena itu, kebijakan – kebijakan lain pun diterapkan untuk menghadapi fenomena tersebut. Salah satu kebijakan yang diambil mengikuti daerah – daerah lain yang sudah menerapkan yaitu Pembatasan Sosial Berskala Besar atau yang biasa dikenal dengan sebutan PSBB. Dalam dijalkannya kebijakan baru berupa PSBB, Pemprov memiliki keyakinan atau harapan untuk dapat menurunkan angka pasien positif Covid-19 di Surabaya Raya.

Dilansir melalui website resmi Kominfo Jatim, PSBB di Surabaya Raya pertama kali (PSBB Jilid I) dilakukan pada 28 April 2020 – 11 Mei 2020. Menanggapi hasil PSBB Jilid I Surabaya Raya, dilansir dari news.detik.com, Khofifah menyampaikan, *“Dalam rapat kita semua melihat dan menelaah, maka 70 persen infeksi Covid-19 di atas 14 hari. Ditelaah dari sisi epidemiologi tidak cukup PSBB 14 hari.”* Berdasarkan rapat tersebut, maka Gubernur Khofifah memutuskan untuk melakukan PSBB Jilid II Surabaya Raya, yang berjalan mulai 12 Mei hingga 25 Mei 2020. Setelah adanya 2 jilid PSBB yang dijalankan di Surabaya Raya, mulai banyak pro-kontra dari masyarakat mengenai keberhasilan dan keefektifan PSBB. Akan tetapi keputusan yang diambil Pemprov Jatim adalah melanjutkan PSBB Surabaya Raya pada Jilid 3, dimana dilaksanakan dari 25 Mei hingga 8 Juni.

Melalui kebijakan PSBB tersebut, banyak pro-kontra terjadi di tengah masyarakat Surabaya Raya. Ada yang merasa kebijakan PSBB berguna untuk memutus rantai penyebaran virus Covid-19. Akan tetapi, tak sedikit pula yang menganggap kebijakan PSBB ini tidak efektif/tidak ada gunanya, bahkan merugikan masyarakat luas. Selain itu, menurut salah satu Direktur Jenderal Kemenkumham Priyadi, salah satu indikator pengukur keberhasilan kebijakan pemerintahan adalah melalui tingkat kepuasan/kepercayaan masyarakat. Oleh karena itu, dengan adanya penelitian mengenai citra Pemerintah Provinsi Jawa Timur pasca penerapan PSBB Surabaya Raya di mata masyarakat Surabaya Raya ini dapat menjadi suatu hal yang penting bagi pemerintah untuk mengetahui keberhasilan dari kebijakan yang diberlakukan. Dengan dilakukannya penelitian citra, organisasi dapat memahami suka atau tidaknya masyarakat terhadap organisasi, serta organisasi mampu mengambil keputusan yang tepat dari kebijaksanaan organisasi tersebut (Soemirat dan Ardianto, 2007, p.117).

Jefkins mengartikan citra sebagai kesan, gambaran, atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan) atas sosok keberadaan berbagai kebijakan personal – personal atau jasa – jasa dari suatu organisasi atau perusahaan (Jefkins, 2003, p.19). Maka dari itu, kebijakan pada penelitian ini adalah PSBB Surabaya Raya yang membentuk kesan, gambaran, atau impresi dari masyarakat Surabaya Raya, dan membentuk citra pada Pemerintah Provinsi Jawa Timur.

Hal tersebut juga didukung oleh hasil penelitian – penelitian terdahulu. Penelitian oleh Dinni Anggraeni mahasiswa fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang (2017) dengan judul “Citra Pemerintahan Kota Malang Dalam Pengembangan Kampung Warna-Warni Jodipan”. Hasil dari penelitian tersebut adalah dalam pengembangan Kampung Warna Warni Jodipan citra pemerintahan Kota Malang negatif. Peneliti menemukan bahwa subjek yang dipilih menilai bahwa pemerintah Kota Malang memanfaatkan kondisi yang ada untuk keeksistensiannya yang turut andil melakukan perbaikan di Kampung Warna – Warni Jodipan. Serta penelitian oleh Benedecta Salindri Dianingtyas mahasiswa fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta (2014). Judul dari penelitian tersebut adalah “Pengaruh Kualitas Informasi Website Terhadap Citra Pemerintah Kabupaten Wonogiri”. Penelitian yang juga menggunakan teori citra seperti yang peneliti gunakan menemukan hasil bahwa kualitas informasi website mampu mempengaruhi citra Pemerintah Kabupaten Wonogiri. Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat melalui media apapun atau atas apapun yang sudah dilakukan perusahaan/organisasi dapat membentuk persepsi tersendiri di mata masyarakat. Persepsi tersebutlah yang nantinya akan membentuk citra dari organisasi/perusahaan tersebut. Maka hal ini sesuai dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu menilai dari persepsi masyarakat Surabaya Raya atas kebijakan yang dilakukan oleh organisasi Pemerintah Provinsi Jawa Timur.

Oleh karena itu, fenomena yang menjadi rumusan masalah disini adalah bagaimana citra Pemerintah Provinsi Jawa Timur pasca penerapan PSBB Surabaya Raya di mata masyarakat Surabaya Raya?

## Tinjauan Pustaka

### Citra

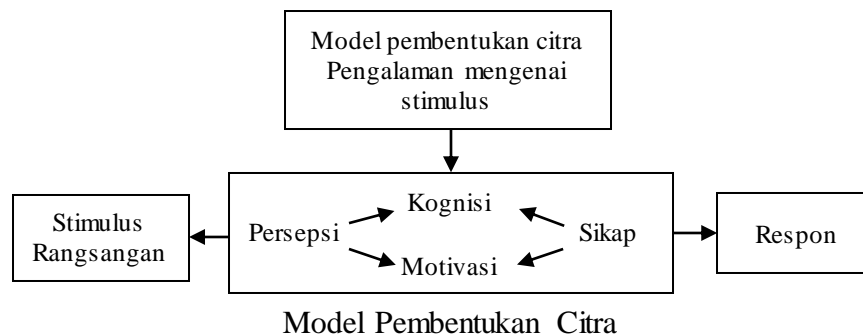
Jefkins mengartikan citra sebagai kesan, gambaran, atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan) atas sosok keberadaan berbagai kebijakan personal – personal atau jasa – jasa dari suatu organisasi atau perusahaan. Citra juga dapat diartikan sebagai persepsi masyarakat dari adanya pengalaman, kepercayaan, perasaan, dan pengetahuan masyarakat itu sendiri terhadap perusahaan, sehingga aspek fasilitas yang dimiliki perusahaan, dan layanan (Jefkins, 2003, p.19).

Citra merupakan persepsi masyarakat terhadap jati diri sebuah organisasi atau perusahaan, serta didasari atas pengetahuan masyarakat atau dugaan masyarakat terhadap organisasi atau perusahaan tersebut (Sutojo, 2004, p.1).

Citra merupakan *image* yang berarti perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, organisasi, atau lembaga: kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Citra menjadi salah satu aset terpenting dari suatu perusahaan atau organisasi yang secara sengaja diciptakan agar bernilai positif (Ardianto, 2004).

## Pembentukan Citra

Citra dihasilkan melalui tanggapan dari individu yang dilakukan dengan dasar informasi serta pengetahuan mengenai apa yang sebenarnya terjadi. John Nimpoeno menyampaikan adanya pembentukan citra yang digambarkan melalui rangsangan, persepsi, kognisi, motivasi dan sikap. Model pembentukan citra dari John Nimpoeno (Soemirat, 2007, p.115), yaitu:



Bagan tersebut merupakan model pembentukan citra dari John Nimpoeno. Soemirat (2007, p.115-116) melengkapinya bahwa proses pembentukan citra dapat dilalui dengan beberapa tahapan atau faktor seperti pada bagan di atas. Tahapan – tahapan tersebut terdapat pada elemen – elemen pada bagan, yaitu terdapat stimulus, persepsi, kognisi, motivasi, sikap, tindakan, dan respon.

Dalam suatu proses pembentukan citra suatu organisasi/perusahaan, hasil yang diperoleh adalah dengan adanya perilaku, pola pikir, atau kegiatan – kegiatan tertentu. Usaha – usaha dapat dilakukan untuk memastikan adanya suatu pengetahuan mengenai citra dari suatu perusahaan/organisasi di dalam benak masyarakat, salah satunya adalah dengan penelitian. Melalui penelitian, organisasi/perusahaan dapat mengetahui secara pasti sikap publik terhadap lembaganya, mengetahui apa yang disukai dan apa yang tidak disukai oleh publiknya (Soemirat, 2007, p.116).

## Dimensi Citra

Citra yang melekat pada setiap perusahaan/organisasi dapat dilihat dari berbagai dimensi citra itu sendiri. Fill (1999, p.569) menjabarkan dimensi citra menjadi enam bagian, antara lain:

- a. *Dynamic: Active, Attention-getting, Pioneering, Goal-oriented*
- b. *Cooperative: Eager to please, Friendly, Well liked*
- c. *Business: Persuasive, Shrewd, Well organized, Wise*
- d. *Character: Ethical, Reputable, Respectable*
- e. *Successful: Financial performance, Self confidence*
- f. *Withdrawn: Aloof, Cautious, Secretive*

## Persepsi

Herbert Mead dalam (Ritzer, 2008) menyampaikan bahwa persepsi adalah suatu proses dalam merasakan atau mengindera dari indera pada manusia secara normal. Persepsi juga memberikan suatu pengaruh pada hal – hal yang diciptakan atau hadir serta adanya proses seleksi terhadap sejumlah karakteristik stimulus.

Persepsi merupakan tahap paling awal dari serangkaian pemrosesan informasi, dimana didalamnya ada proses mendeteksi dan menginterpretasikan informasi dengan menggunakan pengetahuan yang disimpulkan dalam ingatan yang mana prosesnya meliputi pencatatan indera, pengenalan pola dan perhatian (Suharman, 2005, p.63).

## Metode

### Konseptualisasi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan metode kuantitatif. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif diartikan sebagai penelitian yang menggunakan filsafat positivisme sebagai landasan penelitian untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dimana pengumpulan data menggunakan instrumen-instrumen tertentu dan analisis data yang dilakukan bersifat statistik (Sugiyono, 2013, p.11). Metode deskriptif bertujuan membuat suatu deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta – fakta dan sifat – sifat dari suatu populasi atau objek tertentu (Kriyantono, 2008, p.67).

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei *online*. Penelitian survei adalah sebuah metode sistematis yang mengungkapkan sebuah fenomena sosial tertentu yang ingin diteliti (Singarimbun & Effendi, 2008, p.25). Kriyantono (2008, p.59) menyampaikan bahwa metode survei merupakan salah satu bentuk teknik penelitian dimana informasi dikumpulkan dari sejumlah sampel berupa orang yang menjawab beberapa pertanyaan untuk mewakili suatu populasi tertentu. Ia menambahkan bahwa terdapat dua jenis metode survei, yaitu deskriptif dan eksplanatif. Indikator yang digunakan dalam melakukan survei adalah sesuai dengan dimensi citra oleh Fill (1999, p.569), antara lain: *Dynamic, Cooperative, Business, Cooperative, Succesful, Withdrawn*. Konsep pada penelitian ini menggunakan konsep dasar citra yang merupakan objek dari penelitian ini.

### Subjek Penelitian

Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili atau tinggal di Surabaya Raya selama PSBB Surabaya Raya berlangsung. Masyarakat yang dipilih menjadi sampel adalah yang berumur 17 – 65 tahun, dimana umur tersebut berdasarkan Pasal 15 Peraturan Pemerintah No 45 Tentang Jaminan Pensiun, merupakan usia produktif. Sedangkan pada umur 60 tahun keatas, orang tersebut cenderung memiliki resiko tertular virus lebih tinggi. Oleh karena itu, berdasarkan website dari [dispendukcapil.surabaya.go.id](http://dispendukcapil.surabaya.go.id), pada Januari 2020 terdapat 2,585,483 jiwa penduduk dalam usia produktif tersebut di Surabaya. Di Sidoarjo, melalui website [sidoarjokab.go.id](http://sidoarjokab.go.id), tercatat bahwa terdapat 1,827,064 jiwa pada usia produktif. Sedangkan di Gresik, dilansir dari [gresikkab.bps.go.id](http://gresikkab.bps.go.id), terdapat

1,035,855 jiwa dalam usia produktif. Oleh karena itu, jumlah populasi yang termasuk dalam usia produktif di Surabaya Raya berjumlah 5,448,402. Sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah 100 orang dari populasi.

Peneliti akan menggunakan jenis *Non-Probability Sampling* dengan melakukan teknik *Quota Sampling* untuk membagi jumlah sampel di ketiga wilayah Surabaya Raya tersebut secara proporsional. Dilakukannya proses *Quota Sampling* dikarenakan ukuran sampel yang cukup besar, oleh karena itu diharapkan agar karakteristik sampel mampu mendekati karakteristik populasi (Sugiarto, 2001, p.56). Maka jumlah sampel dari setiap daerah antara lain: Surabaya 47 jiwa, Sidoarjo 34 jiwa, Gresik 19 jiwa.

### *Analisis Data*

Melalui kuesioner yang dibagikan pada responden, maka pengukuran kuesioner pada penelitian ini dilakukan dengan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap, yang dimana objek sikap ditentukan secara spesifik dan sistematis oleh peneliti (Kriyantono, 2008, p.136). Pengukuran dilakukan dengan memberikan responden sebuah pertanyaan yang digolongkan dalam lima kategori yang memiliki bobot masing – masing, antara lain: Sangat setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2), Sangat Tidak Setuju (1). Adapun melalui data yang diterima, dilakukan proses distribusi frekuensi guna mengetahui hasil dari citra baik positif maupun negatif. Melalui hasil perhitungan penulis, maka didapatkan hasil bahwa angka 1 – 3.0 dinyatakan sebagai negatif, sedangkan pada angka 3.1 – 5 dinyatakan sebagai positif.

## Temuan Data

Tabel 1. Nilai Rata – Rata Indikator Pengukur Citra

<b>Indikator Pengukur Citra</b>	<b>Score</b>
<i>Dynamic</i>	4.05
<i>Cooperative</i>	3.16
<i>Business</i>	3.92
<i>Character</i>	3.92
<i>Successful</i>	4.08
<i>Withdrawn</i>	3.86
<b>Average</b>	<b>3.83</b>

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa setiap indikator pengukur citra, Pemprov Jawa Timur berhasil mendapatkan respon positif terhadap semua poin tersebut. Secara keseluruhan, Pemprov Jawa Timur mendapatkan nilai rata – rata 3.83. Oleh karena itu, dapat ditarik informasi bahwa melalui indikator pengukur citra yang digunakan peneliti melalui kuesioner yang diberikan pada masyarakat Surabaya Raya yang menjadi responden peneliti, citra Pemprov Jawa Timur pasca penerapan PSBB Surabaya Raya di mata masyarakat Surabaya Raya adalah positif.

Tabel di atas menjabarkan mengenai hasil nilai rata – rata yang diperoleh dari setiap indikator pengukur citra, serta nilai rata – rata secara keseluruhan indikator pengukur citra. Hasil yang diperoleh antara lain, indikator *dynamic* mendapatkan nilai rata – rata 4.05, indikator *cooperative* mendapatkan nilai rata – rata 3.16, indikator *business* mendapatkan nilai rata – rata 3.92, indikator *character* mendapatkan nilai rata – rata 3.92, indikator *successful* mendapatkan nilai rata – rata 4.08, dan indikator *withdrawn* mendapatkan nilai rata – rata 3.86. Semua nilai rata – rata dari setiap indikator yang diperoleh berhasil melewati angka minimum untuk dikatakan sebagai citra positif, yaitu angka 3. Berdasarkan nilai rata – rata yang diperoleh di setiap indikator tersebut, maka setelah melalui perhitungan selanjutnya, diperoleh nilai rata – rata secara keseluruhan pada penelitian kali ini adalah 3.83.

Berdasarkan hasil diatas, nilai rata – rata tertinggi diperoleh pada indikator *successful*, yaitu di angka 4.08. Pada indikator ini, hal yang dibahas pada penelitian ini adalah bagaimana organisasi dapat mengakui dan yakin akan kebenaran yang dimilikinya. William Benoit (1995) menyampaikan mengenai pemerintah yang baik dalam membuat suatu kebijakan. Ia mengatakan bahwa dalam proses perumusan kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah, dimana kebijakan yang dirumuskan sebelum dipublikasikan dan diimplementasikan pada kehidupan bermasyarakat, setiap pihak pemerintah yang baik adalah pemerintah yang sudah mengakui dan yakin bahwa kebijakan yang akan diluncurkan benar – benar menjawab masalah yang ada dan menguntungkan kedua belah pihak (William Benoit, 1995).

Bila dilihat pada penelitian “Citra Pemerintah Provinsi Jawa Timur Pasca Penerapan PSBB Surabaya Raya di Mata Masyarakat Surabaya Raya”, dimana nilai rata – rata dari indikator diatas 3 yaitu 4.08, maka hal ini menunjukkan bahwa Pemerintah Provinsi Jawa Timur dalam melaksanakan PSBB Surabaya Raya telah selaras dengan kedua teori di atas dimana hal tersebut memberikan hasil yang sesuai dengan hasil yang peneliti peroleh dari lapangan yaitu menjuru pada positif.

Jefkins (2005, p.17) menyampaikan bahwa citra suatu perusahaan/organisasi dapat terbentuk melalui sukses yang pernah dicapai. Dengan hal ini, maka dilihat dari hasil yang diperoleh oleh Pemprov Jawa Timur, dimana pada penelitian ini pada bagian indikator *successful* mendapatkan nilai rata – rata yang tertinggi dibanding indikator lainnya. Hal ini menyatakan atau dapat dikatakan bahwa masyarakat Surabaya Raya yang menjadi responden dari penelitian, dimana orang – orang tersebut juga merupakan publik dari Pemprov Jawa Timur telah benar – benar menyadari akan kesuksesan dari kebijakan/pekerjaan yang dilakukan oleh Pemprov Jawa Timur, yaitu pada penelitian kali ini kebijakan yang dilakukan adalah PSBB Surabaya Raya.

Adanya faktor kesuksesan dari Pemprov Jawa Timur dalam menjalankan PSBB Surabaya Raya tersebut juga diikuti dengan adanya hal – hal lain. Seperti pada indikator selanjutnya, yaitu pada indikator *dynamic* yang dimana mendapatkan nilai rata – rata tertinggi kedua dari antara semua indikator pengukur citra pada penelitian kali ini. Pada indikator *dynamic*, Pemprov Jawa Timur berhasil mendapatkan nilai

rata – rata 4.05. Disini ketika hasil yang diperoleh oleh Pemprov Jawa Timur adalah 4.19 nilai rata – rata tertinggi dari sub-indikator *dynamic*, yaitu *pioneering*. Adler (1991) menyampaikan bahwa salah satu faktor dalam pembentukan citra organisasi yang positif adalah organisasi mampu mendahului pihak – pihak lainnya dan menjadi yang berjalan lebih depan dalam segala hal.

Pada bagian ini, salah satu bentuk keaktifan yang dilakukan oleh Pemprov Jawa Timur adalah aktif dalam menyampaikan informasi mengenai PSBB Surabaya Raya kepada masyarakat Surabaya Raya. Dalam hal pembentukan citra suatu organisasi, Gassing dan Suryanto (2016, p.158) menjelaskan mengenai faktor yang mempengaruhi pembentukan citra pada organisasi yang dimana juga selaras dengan hasil dan apa yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur dalam hal pelaksanaan PSBB Surabaya Raya. Salah satu faktor dalam pembentukan citra suatu organisasi yang positif adalah dalam mengerjakan pekerjaannya, suatu organisasi harus memiliki sikap yang aktif dalam melakukan perkembangan pelaksanaan atau pemberian informasi. Dengan adanya citra yang positif di mata masyarakat, dilihat dari nilai rata – rata yang didapatkan pada indikator dinamis, maka tentu masyarakat dapat merasakan bahwa Pemprov Jawa Timur telah aktif dalam pelaksanaan PSBB Surabaya Raya ini.

Soekidjo Notoatmodjo (2007, p.25) menyatakan bahwa seseorang dapat berpersepsi adalah dikarenakan oleh faktor internal dan eksternal. Faktor yang dimaksud kali ini adalah faktor eksternal yaitu informasi. Ia menyampaikan bahwa banyak sedikitnya informasi yang didapat seseorang akan sangat mempengaruhi seseorang dalam memberikan tanggapan ataupun berpersepsi (Soekidjo Notoatmodjo, 2007, p.26). Pada penelitian ini, salah satu isi dari indikator *character*, yang mendapatkan nilai rata – rata 3.92, adalah mengenai penyampaian informasi pada masyarakat. Masyarakat menilai bahwa Pemprov Jawa Timur pada penyampaian mengenai PSBB Surabaya Raya ini telah melakukan dengan cara yang positif. Hal ini dapat dilihat dari nilai yang diperoleh pada sub-indikator bagian tersebut (*ethical*) dimana masing – masing memperoleh nilai rata – rata 3.94 dan 4.24.

Dengan hasil yang diperoleh yaitu pada penyampaian informasi yang telah dilakukan secara positif, hal ini memberikan efek kepada citra organisasi. Kriyantono (2008, p.11-12) menyampaikan bahwa citra dari sebuah organisasi atau perusahaan dapat dibangun melalui komunikasi umum atau komunikasi personal yang terjalin baik di dalam organisasi maupun antara organisasi dengan publiknya. Berdasarkan nilai rata – rata yang diperoleh, hal ini menunjukkan adanya kinerja *Public Relation* yang positif. Effendy (2007, p.56) mengartikan *public relations* pemerintah sebagai lembaga humas atau praktisi humas pemerintah yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi yang persuasif, efektif, dan efisien untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan publiknya melalui berbagai sarana kehumasan dalam rangka menciptakan citra dan reputasi yang positif atas instansi pemerintah.

Dari apa yang didapatkan pada saat pengumpulan data penelitian, dimana terdapat bagian yang membahas mengenai bagaimana citra bila diukur dari cara



menyampaikan informasi. Hasil dari data yang diperoleh adalah positif, yaitu masyarakat mengetahui adanya penyampaian informasi dari Pemprov Jawa Timur yang baik. Hal ini menunjukkan adanya penyampaian informasi yang baik dari bidang kehumasan pemerintah, seperti halnya yang disampaikan oleh Effendy (2007, p.56) bahwa kehumasan pemerintah yang melakukan komunikasi yang efektif, persuasif, dan efisien dapat menciptakan citra yang positif.

Bila ditinjau melalui keberhasilan dalam memperoleh respon yang positif dari pelaksanaan PSBB Surabaya Raya, maka hal ini tidak jauh dari kinerja Humas dalam pemerintahan Pemerintah Provinsi Jawa Timur. Humas merupakan bagian terpenting dalam instansi pemerintahan dalam membangun nama baik dan memberikan sebuah identitas yang sesuai serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik sehingga masyarakat percaya dan yakin terhadap instansi pemerintahan tersebut. Humas dalam Pemerintah Provinsi Jawa Timur pada pelaksanaan PSBB Surabaya Raya ini telah berhasil menjalankan salah satu fungsi dari Humas yaitu memperoleh citra yang baik dari publik (Nurjaman & Umam, 2012, p.114). Dimana pada pelaksanaan PSBB Surabaya Raya ini, publik yang dituju adalah masyarakat Surabaya Raya (Surabaya, Sidoarjo, Gresik), dan hasil yang diperoleh melalui data yang dicari di lapangan kepada responden yaitu masyarakat Surabaya Raya adalah positif.

Kriyantono (2008, p. 11-12) mengatakan bahwa salah satu hal yang mempengaruhi pembentukan citra organisasi adalah komunikasi umum atau komunikasi personal yang terjalin baik di dalam organisasi maupun antara organisasi dengan publiknya. Hal ini juga telah dibuktikan melalui hasil data yang diperoleh peneliti atas masyarakat Surabaya Raya yang menjadi responden peneliti dan juga menjadi publik dari Pemprov Jawa Timur. Hasil yang diperoleh dalam hal penyampaian informasi oleh Pemprov Jawa Timur mengenai pelaksanaan/kebijakan PSBB Surabaya Raya adalah positif. Bagian ini juga mendukung alasan dimana Pemprov Jawa Timur dalam hal pelaksanaan PSBB Surabaya Raya ini mendapatkan respon yang positif dari masyarakat/publiknya.

Melalui data mengenai penyampaian informasi yang dilakukan oleh Pemprov Jawa Timur, yang dimana hasil yang diperoleh adalah positif, maka disini menunjukkan bahwa Pemprov Jawa Timur telah terbuka kepada publik/masyarakat. Dimana berarti Pemprov Jawa Timur telah terbuka dalam menyampaikan hal – hal mengenai pembahasan atau pelaksanaan PSBB Surabaya Raya, serta fakta – fakta terkait pelaksanaan PSBB Surabaya Raya. Hal ini dibuktikan dengan hasil data yang diperoleh, dimana pada indikator *withdrawn* yang dimana juga membahas mengenai hal diatas mendapatkan nilai rata – rata 3.86. Melalui angka tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa melalui indikator *withdrawn* pun Pemprov Jawa Timur telah mendapatkan citra yang positif di mata publiknya.

Bagian selanjutnya terdapat pada indikator *business* yang memperoleh nilai rata – rata 3.92. Berdasarkan nilai rata – rata yang diperoleh, maka Pemprov Jawa Timur telah melakukan penyampaian informasi secara persuasif dengan baik, sehingga dapat memiliki kemampuan untuk mempengaruhi publik untuk mengikuti kebijakan PSBB Surabaya Raya. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan

Effendy (2007, p.56) yaitu kehumasan pemerintah yang melakukan komunikasi persuasif dengan baik dapat menciptakan citra yang positif.

## Analisis dan Interpretasi

Berdasarkan data yang telah ditemukan peneliti, hal ini membenarkan pernyataan dari Jefkins (2003, p.19) bahwa citra muncul dari kesan atau impresi dari masyarakat mengenai kebijakan dari organisasi. Pada penelitian kali ini, hal yang diteliti adalah mengenai citra yang dihasilkan oleh masyarakat Surabaya Raya yang secara langsung merasakan kebijakan dari organisasi Pemerintah Provinsi Jawa Timur. Maka dengan adanya kesan dan gambaran/impresi dari masyarakat Surabaya Raya setelah mengikuti kebijakan PSBB Surabaya Raya, terbentuklah citra Pemerintah Provinsi Jawa Timur atas kebijakan tersebut.

Apabila dilihat dari indikator – indikator yang peneliti gunakan untuk mengukur citra dari organisasi, hasil yang diperoleh adalah tertinggi pada indikator *Successful*. Dimana pada indikator ini, hal yang dibahas adalah mengenai bagaimana organisasi mengakui dan yakin akan kebijakan yang dilaksanakan adalah keputusan yang benar. Menurut peneliti, hal ini disebabkan oleh adanya pemberitaan – pemberitaan dari media – media yang dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat Surabaya Raya. Pada beberapa media, diberitakan mengenai bagaimana awal proses perencanaan PSBB Surabaya Raya yang telah direncanakan dengan adanya pertimbangan yang matang dari berbagai sisi sebelum akhirnya dijalankan. Melalui keyakinan dari pertimbangan tersebut, maka akhirnya Pemprov Jawa Timur memutuskan untuk menjalankan PSBB Surabaya Raya. Setelah dilaksanakan, Pemprov Jawa Timur berhasil membuktikan bahwa kebijakan tersebut adalah keputusan yang tepat mengenai adanya keberhasilan dalam mencegah angka penambahan pasien positif Covid-19 di Surabaya Raya. Oleh karena itu, dengan diketahuinya oleh masyarakat Surabaya Raya akan hal – hal atau fakta tersebut, maka masyarakat yang menjadi responden dapat memberikan nilai yang positif pada bagian tersebut. Dengan itu, citra Pemerintah Provinsi Jawa Timur pun dapat diperoleh di hasil yang positif.

## Simpulan

Secara keseluruhan, kesimpulan yang diperoleh adalah bahwa gambaran citra Pemerintah Provinsi Jawa Timur pasca penerapan PSBB Surabaya Raya di mata masyarakat Surabaya Raya adalah positif. Hal tersebut disimpulkan berdasarkan respon dari masyarakat Surabaya Raya yang menjadi responden peneliti terhadap pernyataan – pernyataan indikator pengukur citra yang terdiri dari 24 pernyataan. Dimana hasil nilai rata – rata yang diperoleh secara keseluruhan adalah 3.83, maka secara perhitungan distribusi frekuensi, angka tersebut mengarah ke hasil citra positif. Di waktu lain penelitian dapat dilanjutkan dengan sasaran yang lebih luas atau pada seluruh wilayah di Jawa Timur.

## Daftar Referensi

Adler, Ronald B. (1991). *Understanding human communications*. United States of America: Harcourt Brace Javanovich, Inc.



- Ardianto, Elvaniro. (2004). *Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Benoit, William. (1995). *Accounts, Excuses, and Apologies, A Theory of Image Restoration Strategies*. New York: State University Of New York Pers.
- BNPB Covid-19. (2020). *Statistik Perkembangan Covid-19 Indonesia*. Retrieved July 14, 2020, from: <https://bnpb-inacovid19.hub.arcgis.com/datasets/statistik-perkembangan-covid-19-Indonesia>
- Effendy, Onong Uchjana. (2007). *Ilmu komunikasi teori dan praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fill, Chris. (1999). *Marketing Communications Context, Contents, and Strategies*. Spain: Grafos S.A.
- Gassing, Syarifuddin S, & Suryanto. (2016). *Public relation*. Bandung: Andi Offset.
- Jefkins, Frank. (2003). *Public Relations Edisi Kelima*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Jefkins, Frank. (2005). *Public relations bisnis E+R*. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, R. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Predanada Media Group.
- Notoatmodjo, S. (2007). *Promosi kesehatan dan ilmu perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta
- Nurjaman, Kadar dan Umam Khaerul. 2012. *Komunikasi dan Public Relation*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ritzer, George. (2008). *Teori Sosiologi Edisi Terbaru (Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern)*. Yogyakarta: Kreasi Wacana Yogyakarta.
- Singarimbun, M. & Effendi, S. (2008). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.
- Siswanto, Sutojo. (2004). *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.
- Soemirat, S., Ardianto, E. (2007). *Dasar – Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (mixed method)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suharman. (2005). *Psikologi Kognitif*. Surabaya: Srikandi.