

Citra Pemerintah Kota Denpasar Pasca Penerapan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Dalam Pandemi Covid-19 Di Mata Masyarakat Kota Denpasar

Fransiskus Pedro Budi Saputra, Ido Prijana Hadi, & Titi Nur Vidyarini

Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

F11170078@john.petra.ac.id

Abstrak

Citra terbentuk dari apa yang dialami oleh publik mengenai organisasi. Semua yang dilakukan oleh perusahaan akan membentuk citra di mata publiknya, sehingga jika apa yang dilakukan negatif maka publik akan memberikan penilaian buruk pada perusahaan, begitu juga sebaliknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui citra Pemerintah Kota Denpasar di mata masyarakat Kota Denpasar. Pengukuran citra berdasarkan dengan empat indikator pembentukan citra yaitu Persepsi, Kognisi, Motivasi dan Sikap. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan dengan metode *online survey*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner melalui media sosial, dikarenakan berbenturan dengan keadaan pandemi Covid-19 yang membatasi peneliti bertemu secara langsung dengan responden. Metode pengolahan data dilakukan dengan menguji validitas, reliabilitas dan frekuensi, sedangkan teknik analisis data dilakukan dengan analisis statistik deskriptif dan tabulasi silang (*crosstab*). Dari hasil penelitian diketahui bahwa gambaran citra Pemerintah Kota Denpasar di mata masyarakat Kota Denpasar bersifat positif, dimana indikator citra paling tinggi adalah indikator Sikap dengan skor rata-rata sebesar 4.01 dan paling rendah adalah indikator Motivasi dengan skor rata-rata 3.32. Untuk perolehan skor rata-rata indikator lainnya diketahui dari indikator Persepsi terdapat skor rata-rata sebesar 3.83 dan dari indikator kognisi yaitu 3.81.

Kata Kunci: Citra Korporat, Pemerintah Kota Denpasar, Pembatasan Kegiatan Masyarakat

Pendahuluan

Menurut Vos (Vos,2000) Citra adalah sebuah konsep utama yang harus dimengerti oleh seorang *public relations*. *Public relations* bisa disebut juga sebagai penyambung lidah ataupun perpanjangan tangan dari perusahaan. “*Anyone who aims at a better understanding of the organization must at least have knowledge of the way publics think about the organization*”. Maka dari itu, seorang *public relations* diwajibkan dapat memahami maksud yang dikehendaki oleh publik dari perusahaan. Saat *public relations* sudah mampu mengerti apa yang dituntut atau diinginkan publiknya, maka langkah selanjutnya akan menjadi lebih mudah.

Menurut M. F. Vos (2000, p.24) bahwa citra korporat merupakan *“the image of the organization as it is experienced by the various publics”*. Definisi tersebut yang diutarakan Vos tersebut mengantung makna bahwa citra yang terbangun di publik merupakan sebuah bentuk dari apa yang sudah dirasakan dan dialami oleh publik itu sendiri terhadap organisasi tersebut. Apapun sesuatu yang dilakukan dan dihasilkan oleh perusahaan tentu akan membentuk sebuah citra di benak publik terhadap perusahaan tersebut. Apabila yang dilakukan oleh perusahaan tersebut positif, tentu akan menghasilkan citra yang positif pula di mata publik. Namun berlaku sebaliknya, apabila perusahaan tersebut melakukan hal negatif, maka juga akan mempengaruhi citra perusahaan tersebut akan menjadi negatif.

Menurut Soemirat & Ardianto (Soemirat & Ardianto, 2007) Citra atau gambaran positif yang terbentuk dari sebuah perusahaan merupakan sebuah kunci penting yang baik dalam memelihara publik dan berpengaruh bagi keuntungan perusahaan. Penting bagi pihak manajemen perusahaan untuk terus melakukan tindak lanjut secara berkala dalam memantau bagaimana kondisi citra perusahaan di mata publiknya.

Pemkot Denpasar dalam membentuk citra yang positif ditambah lagi sebagai langkah dini dalam pencegahan penularan Virus Covid-19. Maka Pemkot Denpasar mengeluarkan sebuah kebijakan berupa Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PKM) yang berlaku khusus di Kota Denpasar. Hal ini tentu menyangkut banyak aspek yang terkait di dalamnya. Bagaimanapun kegiatan pembatasan kegiatan masyarakat dalam rangka pandemi Covid-19, tentu memiliki banyak maksud dan tujuan yang baik. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa juga dapat memberikan dampak yang kurang baik pula bagi beberapa lapisan masyarakat.

Berdasar pada peraturan Wali Kota Denpasar Nomor 32 tahun 2020 tentang Pembatasan Kegiatan Masyarakat (<https://jdih.denpasarkota.go.id/uploads/produk-hukum/peraturan/2020/perwali/2020pw5109032.pdf>). Menyatakan bahwa PKM merupakan sebuah keputusan yang ditetapkan guna membatasi kegiatan dari masyarakat khususnya di wilayah administrasi Kota Denpasar dan desa adat Kota Denpasar. Terdapat lima unsur utama yang menjadi dasar dari pelaksanaan PKM ini. Unsur pertama yaitu melaksanakan pembelajaran dari rumah. Kedua adanya pembatasan menuju tempat bekerja atau kantor. Unsur ketiga yaitu adanya pembatasan kegiatan di tempat umum. Unsur keempat yaitu pembatasan kegiatan keagamaan yang dapat menimbulkan terjadinya kerumunan. Dan unsur yang terakhir yaitu pembatasan mobilisasi dan transportasi bagi masyarakat.

Menurut Bimo Walgito (Walgito, Bimo, 2010) persepsi merupakan pro proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap rangsangan yang diterima oleh individu sehingga dapat dimaknai, dan menjadi aktivitas yang diintegrasikan dalam diri individu. Respon dari proses persepsi dapat dimaknai oleh individu melalui berbagai macam bentuk. Setiap rangsangan yang ada, akan mendapatkan perhatian yang berbeda tergantung individu yang memaknai. Oleh karena itu, perasaan, kemampuan berfikir, pengalaman-pengalaman yang dimiliki individu tidak sama, maka dalam mempersepsi sesuatu stimulus, hasil persepsi mungkin akan berbeda antar individu satu dengan individu lain. Penelitian ini melihat bagaimana citra

Pemerintah Kota Denpasar Pasca Pelaksanaan Pembatasan Kegiatan Masyarakat di Mata Masyarakat Kota Denpasar.

Tinjauan Pustaka

Citra

Citra adalah hal terpenting yang mesti dipahami oleh seorang praktisi komunikasi. Public relations adalah perantara antara organisasi dengan publik yang berguna sebagai penjalin hubungan. M. F. Vos (2000, p.24) menjabarkan bahwa citra korporat “the image of the organization as it is experienced by the various publics”. Berdasarkan penjabaran tersebut bahwa yang dimaksud sebagai citra yang terbangun dipublik perusahaan merupakan sebuah hasil dari apa yang sudah dirasakan oleh publik tersebut yang menyangkut perusahaan. Apapun yang dilakukan oleh organisasi nantinya akan secara otomatis membangun citra di mata publik. Oleh karena itu apabila perusahaan melakukan hal yang negatif, nantinya akan membentuk citra yang negatif pula pada perusahaan. Begitu juga sebaliknya apabila perusahaan melakukan hal yang positif, maka akan membentuk citra yang positif juga. Citra atau gambaran positif yang terbentuk dari sebuah perusahaan merupakan sebuah kunci penting yang harus dijaga dan dirawat dengan sungguh oleh perusahaan dalam memelihara publik dan berpengaruh bagi keuntungan perusahaan (Soemirat & Ardianto, 2007, p.24).

Jenis-Jenis Citra

Terdapat beberapa jenis citra, yaitu: Citra bayangan (*mirror image*), Citra Terkini (*current image*), Citra Keinginan (*wish image*), Citra Perusahaan (*corporate image*), Citra Serbaneka (*multiple image*), Citra Penampilan (*performance image*). (Jeffkins, 2003).

Manfaat Citra

Terdapat beberapa manfaat citra, yaitu: daya saing jangka menengah dan panjang, menjadi perisai selama berada di masa krisis, menjadi daya tarik eksekutif, meningkatkan efektivitas strategi pemasaran, dan dapat menghemat biaya operasional perusahaan (Siswanto, 2004).

Peran Citra Bagi Perusahaan

terdapat beberapa peran dari citra yang berguna bagi perusahaan, pertama citra dapat menceritakan harapan kepada publik eksternal maupun internal sebagai modal pemasaran. Kedua, citra dapat dijadikan filter yang mampu memberikan pengaruh pada persepsi terhadap aktivitas dari perusahaan, kualitas teknis dan terlebih terhadap kualitas fungsional perusahaan. Ketiga, citra merupakan fungsi dari pengalaman dan harapan dari publik. Keempat, citra dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap internal perusahaan. (Sutisna, 2003).

Proses Pembentukan Citra

Dalam pembentukan citra, terdapat beberapa proses atau tahapan yang dilalui sebagai dasar dari pembentukan citra. Proses tersebut yaitu, persepsi, kognisi, sikap, dan motivasi. Bahwa proses terbentuknya sebuah citra diawali dengan adanya stimulus atau juga rangsangan yang didapat oleh individu. Selanjutnya apabila stimulus tersebut sudah diterima oleh individu, lalu nantinya akan mendapatkan perhatian dari individu tersebut dan selanjutnya akan dimaknai. Selanjutnya pemaknaan inilah yang diartikan sebagai sebuah proses persepsi. Lalu bila individu tersebut sudah yakin akan stimulus yang diterimanya, maka stimulus yang didapatkan tersebut selanjutnya akan ditambahkan dengan informasi dan pengetahuan yang dimiliki oleh individu tersebut. Oleh karena itu berkembanglah stimulus tersebut menjadi ke arah kognisi. Lalu berdasar dari rasa keyakinan itu maka dapat timbul apa yang disebut dengan sikap. Dan sikap ini merupakan sebuah sikap yang berasal dari individu yang ditujukan pada individu atau organisasi lain. Hingga pada akhirnya nanti dapat membentuk sebuah citra. (Soemirat & Ardianto, 2002).

Persepsi

Merupakan pokok sebuah komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) merupakan pokok dari persepsi, hal ini identik dengan penyandian balik. Persepsi dapat dilakukan dengan berbagai tahapan, yaitu berawal sebuah pesan yang diterima dari panca indra (sensasi) dan lalu nantinya direspon / ditafsirkan (atensi) untuk nantinya dapat dimaknai atau disimpulkan, berdasarkan dengan informasi yang sudah diterima oleh panca indra dan dipercaya untuk mewakili objek yang akan dipersepsi (interpretasi) (Mulyana, 2010, p.168). Berdasarkan persepsi seseorang mampu menyadari, mampu memahami keadaan diri yang bersangkutan. Persepsi adalah aktivitas yang berkaitan, oleh karena itu semua aspek yang tersedia dan menunjang seperti perasaan, pengalaman, kemampuan berpikir, kerangka acuan maupun aspek lainnya yang terdapat dalam diri individu masyarakat akan ikut berperan dalam persepsi tersebut (Walgito, 2002:54).

Proses Terbentuknya Persepsi

Persepsi terdiri dari tiga proses: seleksi, organisasi dan interpretasi. Proses ini berjalan secara terus menerus. Mereka menjadi satu dan saling mempengaruhi. Proses terbentuknya persepsi juga terjadi secara interaktif, setiap proses persepsi mempengaruhi dua proses lainnya (Wood, 2013, p.40).

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Di dalam proses persepsi, akan sangat banyak stimuli yang diterima oleh seseorang, namun tidak semua stimuli tersebut diproses dan dimaknai oleh orang tersebut. Hanya beberapa rangsangan saja yang akan diproses berdasarkan latar belakang pengalaman, budaya dan suasana psikologis (Mulyana, 2000, p.175). Berikut beberapa faktor yang dapat menentukan terbentuknya persepsi, yaitu: Latar belakang budaya, pengalaman masa lalu, nilai atau keyakinan yang dianut, dan berita yang berkembang. (Kasali, Rhenald, 1994).

Public Relation Dalam Pemerintah

Secara mendasar, di dalam dunia *public relations*, yang menjadi sasaran utama adalah membangun identitas serta citra yang positif untuk organisasi. Dimana dalam rentang waktu yang panjang, bahwa *public relations* bertujuan untuk mampu memberikan reputasi yang baik bagi organisasi (Ruslan, 2006, p.23). Romy Frohlich dalam (Heryanto & Zarkasy, 2012, p.7) menyatakan bahwa PR dalam pemerintah adalah sebuah kinerja yang melayani publik dengan membawa sejumlah isu untuk menjadi perhatian publik. *Public Relations* dalam pemerintah dimaknai sebagai sebuah hal khusus dari proses *public relations* yang berupaya membangun komunikasi dengan publik internal dan publik eksternal organisasi dalam suatu lingkungan pemerintahan. *Public relations* dalam pemerintahan menggunakan komunikasi dua arah. PR dalam pemerintah juga menggunakan komunikasi yang baik, jujur, dan terbuka. Oleh karena itu, PR dalam pemerintah berbeda dengan propaganda atau agitasi politik. Hal lain yang dilakukan oleh PR dalam pemerintah adalah menganalisis kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintahan.

Konsep Kinerja Good Governance

Konsep *good governance* meliputi, *good governance* (tata kelola pemerintahan yang baik), *good government* (pemerintahan yang baik), dan *clean governance* (pemerintahan yang bersih). *Good governance* terdiri atas tiga pilar penting, yaitu kesejahteraan rakyat (*economic governance*), proses pengambilan keputusan (*political governance*) dan tata laksana pelaksanaan kebijakan (*administrative governance*) (Simatupang, 2007).

Survey

Survey merupakan sebuah metode guna menentukan kaitan antar variabel serta membuat generalisasi untuk suatu populasi yang dipelajari. *survey* dapat mengerjakan hal tersebut dikarenakan prosedur pengumpulan data yang dipergunakan telah dibuat seragam dan telah distandarisasikan. Individu-individu yang dipilih dalam contoh (*sample*) dihadapkan pada sejumlah pertanyaan yang telah ditetapkan. Jawaban dari pertanyaan diklasifikasikan secara sistematis, sehingga dapat dibuat perbandingan-perbandingan kuantitatif (Musa, 1998).

Online survey

Survei online merupakan cara pengumpulan data dalam survei yang dilakukan dengan menggunakan web atau email. Banyak keuntungan dalam penggunaan survei online dalam rangka meningkatkan fungsi dari sistem survei yang sudah ada sebelumnya. Namun, sistem online survey juga tentunya memiliki kekurangan, misalnya dalam hal keamanan. Seseorang akan mudah memanipulasi data dengan mengikuti survey berkali-kali untuk mendapatkan hasil survey yang condong atau sesuai keinginan. Sistem survey online ini dapat digunakan pada industri-industri dalam skala besar (Burhan, 2009).

Nisbah Antar Konsep

Keputusan Pemerintah Kota Denpasar untuk melaksanakan pembatasan kegiatan masyarakat di Kota Denpasar tentunya akan memiliki pengaruh di kehidupan keseharian masyarakat. Bagaimanapun setiap keputusan yang dibuat akan memiliki dampak. Pada penelitian kali ini, akan dilihat bagaimana citra dari Pemerintah Kota Denpasar pasca penerapan pembatasan kegiatan masyarakat di Kota Denpasar. Citra memang merupakan sebuah hal yang ingin dipupuk agar memberikan kesan yang baik kepada sebuah organisasi. Seperti halnya Pemerintah Kota Denpasar yang ingin membangun citra yang positif dimata masyarakat Kota Denpasar. Citra diartikan sebagai tanggapan masyarakat mengenai sesuatu yang dilakukan oleh sebuah organisasi. Namun hal ini tentu juga berpengaruh pada persepsi dari masyarakat. Bagaimana citra yang ingin diperoleh oleh organisasi, tidak terlepas dari persepsi pandangan masyarakat yang melihat serta merasakannya.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Pada penelelitian ini, peneliti menggunakan definisi konseptual yaitu citra, citra merupakan sesuatu yang lahir berdasarkan apa yang sudah dirasakan oleh publik dimana hal tersebut merupakan hasil dari apa yang diperbuat oleh perusahaan. (Vos. 2000, p.24). Dalam pembentukan citra, dapat melalui tahapan yaitu persepsi, persepsi dapat terbentuk berdasarkan beberapa indikator. Indikator pertama yaitu persepsi, kedua yaitu kognisi, ketiga motivasi, dan yang terakhir yaitu sikap. (Soemirat & Ardianto, 2002). Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan dengan metode *online survey*. Dalam penelitian ini melihat citra dari Pemerintah Kota Denpasar pasca dilaksanakannya pembatasan kegiatan masyarakat, dalam rangka menekan angka perkembangan kasus covid-19 di Kota Denpasar.

Subjek Penelitian

Subjek yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu setiap warga Kota Denpasar yang berdomisili di Kota Denpasar. Warga Kota Denpasar nantinya dipilih secara acak sebanyak 100 responden. Sampel dari penelitian ini adalah 100 responden dari masyarakat yang diambil dari penduduk Kota Denpasar. Dengan demikian responden diharapkan merupakan penduduk yang berdomisili di Kota Denpasar. Diharapkan masyarakat yang berdomisili di Kota Denpasar dan sudah merasakan program Pembatasan Kegiatan Masyarakat.

Analisis Data

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala Likert. Sugiyono (Sugiyono, 2014) menyatakan bahwa “Skala Likert digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial”. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis instrumen angket atau

kuesioner dengan pemberian skor sebagai berikut: Sangat Setuju (SS) diberi skor 5; Setuju (S) diberi skor 4; Netra (N) diberi skor 3; Tidak Setuju (TS) diberi skor 2; dan yang terakhir Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.

Temuan Data

Sejarah Pemerintah Kota Denpasar

Denpasar sebagai ibukota dari Provinsi Bali tentu sudah dikenal luas oleh banyak orang. Ditambah lagi, letak dari Kota Denpasar sebagai jantung dari Provinsi Bali yang merupakan destinasi wisata manca negara. Namun sampai saat ini tidak terlalu banyak orang yang mengerti dan mengetahui tentang asal muasal dari terbentuknya Kota Denpasar. Kota Denpasar memiliki arti yang unik, yang mana terdiri dari dua kata, pertama kata “den” yang berarti utara dan kata “pasar” yang berarti pasar. Pemberian nama tersebut memang sudah sesuai dengan keadaan pada saat itu, bahwa Kota Denpasar terletak di sebelah utara pasar. Pada tahun 1788 secara administrative Kota Denpasar dikukuhkan menjadi sebuah kota. Denpasar menjadi pusat pemerintahan, pusat perdagangan, pusat pendidikan, pusat industri dan pusat pariwisata yang terdiri dari 4 Kecamatan, yaitu Kecamatan Denpasar Barat, Denpasar Timur, Denpasar Selatan dan Denpasar Utara.

Tabel 1. Nilai Rata-Rata Indikator Persepsi

Pernyataan	Mean
Anda merasa bahwa Pemerintah Kota Denpasar bertindak bijak dengan melakukan Pembatasan Kegiatan Masyarakat guna pencegahan virus Covid-19.	3.93
Anda merasa bahwa Pemerintah Kota Denpasar sudah menjawab kekhawatiran masyarakat melalui penerapan Pembatasan Kegiatan Masyarakat.	3.98
Anda merasa bahwa Pemerintah Kota Denpasar dalam pelaksanaan Pembatasan Kegiatan Masyarakat sudah sesuai keputusan peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah pusat.	3.90
Average	3.93

Dapat dilihat berdasarkan tabel diatas, bagaimana citra Pemerintah Kota Denpasar di mata masyarakat Kota Denpasar jika dilihat dari indikator persepsi. Mean tertinggi terdapat pada angka 3.98 pada pertanyaan “Anda merasa bahwa Pemerintah Kota Denpasar sudah menjawab kekhawatiran masyarakat melalui penerapan Pembatasan Kegiatan Masyarakat”. Dimana hal ini menunjukkan responden telah merasa bahwa Pemerintah Kota Denpasar sudah benar-benar dapat memberikan jawaban terhadap kekhawatiran masyarakat terhadap meningkatnya kasus Covid-19 di Kota Denpasar melalui penerapan pembatasan kegiatan masyarakat. Sedangkan terdapat mean terendah dengan angka 3.90 pada pertanyaan “Anda merasa bahwa Pemerintah Kota Denpasar dalam pelaksanaan Pembatasan Kegiatan Masyarakat sudah sesuai keputusan peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah pusat”. Disini terlihat bahwa masyarakat Kota Denpasar merasa bahwa Pemerintah Kota Denpasar sudah mampu menjawab kekhawatiran

masyarakat terhadap virus covid-19 melalui penerapan pembatasan kegiatan masyarakat.

Tabel 2. Nilai Rata-Rata Indikator Kognisi

Pernyataan	Mean
Pemerintah Kota Denpasar sudah bersikap informatif mengenai program Pembatasan Kegiatan Masyarakat guna pencegahan virus Covid-19.	3.93
Pemerintah Kota Denpasar sudah responsif dalam pengambilan keputusan berupa pelaksanaan Pembatasan Kegiatan Masyarakat.	3.95
Pemerintah Kota Denpasar sudah tepat dalam pengambilan keputusan berupa pelaksanaan Pembatasan Kegiatan Masyarakat.	3.88
Pemerintah Kota Denpasar dalam penerapan Pembatasan Kegiatan Masyarakat sudah efektif dalam pelaksanaannya.	3.44
Pemerintah Kota Denpasar dalam penerapan Pembatasan Kegiatan Masyarakat sudah memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat dalam hal pencegahan virus covid-19.	4.17
Average	3.87

Dapat dilihat berdasarkan tabel 4.16 diatas bagaimana citra Pemerintah Kota Denpasar di mata masyarakat Kota Denpasar jika dilihat dari indikator kognisi. Mean tertinggi terdapat pada angka 4.17 pada pertanyaan “Pemerintah Kota Denpasar dalam penerapan Pembatasan Kegiatan Masyarakat sudah memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat dalam hal pencegahan virus covid-19.”. Dimana hal ini menunjukkan responden telah merasa bahwa Pemerintah Kota Denpasar sudah memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat dalam hal pencegahan kasus Covid-19 di Kota Denpasar melalui penerapan pembatasan kegiatan masyarakat. Sedangkan terdapat mean terendah dengan angka 3.44 pada pertanyaan “Pemerintah Kota Denpasar dalam penerapan Pembatasan Kegiatan Masyarakat sudah efektif dalam pelaksanaannya”.

Tabel 3. Nilai Rata-Rata Indikator Motivasi

Pernyataan	Mean
Anda merasa bahwa keputusan Pemerintah Kota Denpasar dalam menerapkan Pembatasan Kegiatan Masyarakat sudah transparant dalam pelaksanaannya	3.78
Anda tetap mendukung keberlangsungan program Pembatasan Kegiatan Masyarakat di Kota Denpasar	3.83
Average	3.80

Dapat dilihat berdasarkan tabel 4.19 diatas bagaimana citra Pemerintah Kota Denpasar di mata masyarakat Kota Denpasar jika dilihat dari indikator motivasi. Mean tertinggi terdapat pada angka 4.83 pada pertanyaan “Anda tetap mendukung keberlangsungan program Pembatasan Kegiatan Masyarakat di Kota Denpasar”. Dimana hal ini menunjukkan responden akan tetap mendukung keberlangsungan

pelaksanaan pembatasan kegiatan masyarakat di Kota Denpasar. Sedangkan terdapat mean terendah dengan angka 3.78 pada pertanyaan “Anda merasa bahwa keputusan Pemerintah Kota Denpasar dalam menerapkan Pembatasan Kegiatan Masyarakat sudah transparant dalam pelaksanaannya”.

Tabel 4. Nilai Rata-Rata Indikator Sikap

Pernyataan	Mean
Anda merasa senang menjadi salah satu penduduk kota Denpasar	4.34
Anda merasa bangga menjadi salah satu penduduk Kota Denpasar	4.29
Anda merasa bahwa Pemerintah Kota Denpasar sudah memahami keseluruhan lapisan masyarakat baik dalam hal perekonomian, budaya maupun pendidikan, sebelum memutuskan menerapkan pembatasan kegiatan masyarakat	3.76
Anda menyetujui bahwa program Pembatasan kegiatan masyarakat yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Denpasar menjadikan kehidupan lebih teratur.	4.15
Average	4.13

Dapat dilihat berdasarkan tabel 4.24 diatas bagaimana citra Pemerintah Kota Denpasar di mata masyarakat Kota Denpasar jika dilihat dari indikator sikap. Mean tertinggi terdapat pada angka 4.34 pada pertanyaan “Anda merasa senang menjadi salah satu penduduk Kota Denpasar”. Dimana hal ini menunjukkan responden merasa senang menjadi salah satu penduduk Kota Denpasar. Sedangkan terdapat mean terendah dengan angka 3.76 pada pertanyaan “Anda merasa bahwa Pemerintah Kota Denpasar sudah memahami keseluruhan lapisan masyarakat baik dalam hal perekonomian, budaya maupun pendidikan, sebelum memutuskan menerapkan pembatasan kegiatan masyarakat”.

Analisis dan Interpretasi

Pada penelitian kali ini, peneliti mengukur bagaimana citra Pemerintah Kota Denpasar di mata masyarakat Kota Denpasar, pasca dilaksanakannya peraturan pembatasan kegiatan masyarakat yang dilakukan dengan tujuan pencegahan dan penekanan angka penyebaran virus Covid-19 khususnya di wilayah Kota Denpasar. Pada penelitian ini peneliti menggunakan indikator penelitian citra yang dimana dibagi menjadi 4 pembagian, yaitu indikator persepsi, indikator kognisi, indikator motivasi, dan yang terakhir yaitu indikator sikap.

Persepsi

Dapat dilihat hasil dari indikator persepsi menunjukkan skor 3.83. Ini menunjukkan bahwa indikator persepsi sudah melewati batas penentuan citra positif. Oleh karena citra dari Pemerintah Kota Denpasar menunjukkan hasil yang positif dikarenakan persepsi dari masyarakat akan informasi sudah memenuhi kognisi dari individu tersebut.

Kognisi

Dapat dilihat hasil skor yang tertera dalam indikator kognis menunjukkan skor 3.81. Skor tersebut sudah melewati batas dari penentuan citra positif. Hal ini menunjukkan bahwa keyakinan individu terhadap rangsangan yang diberikan sudah terpenuhi. Tentunya ini menjadi penunjang terbentuknya citra yang positif terhadap Pemerintah Kota Denpasar

Motivasi

Dapat dilihat hasil skor yang tertera dalam indikator kognis menunjukkan skor 3.32. Skor tersebut sudah melewati batas dari penentuan citra positif. Tentunya hasil ini menunjukkan bahwa masyarakat Kota Denpasar mendukung adanya peraturan tersebut yang bertujuan untuk menciptakan Kota Denpasar yang bebas dari Covid-19. Hal ini juga menjadikan citra dari Pemerintah Kota Denpasar menjadi positif.

Sikap

Dapat dilihat hasil skor yang tertera dalam indikator kognis menunjukkan skor 4.01. Skor tersebut sudah melewati batas dari penentuan citra positif. Dengan adanya hasil tersebut terlihat bagaimana masyarakat Kota Denpasar mau berperilaku mengikuti apa yang diarahkan oleh Pemerintah Kota Denpasar. Ini juga menunjukkan bahwa adanya dukungan terhadap kebijakan yang sudah ditetapkan oleh Pemerintah Kota Denpasar. Sehingga hal ini menjadikan citra dari Pemkot Denpasar menjadi positif.

Simpulan

Setelah melakukan penelitian mengenai citra Pemerintah Kota Denpasar pasca penerapan pembatasan kegiatan masyarakat guna mencegah penyebaran virus covid-19. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa hasil dari citra Pemkot Denpasar menunjukkan citra yang positif dari responden penduduk Kota Denpasar. Citra yang dimaksud ialah semua indikator pembentukan citra yang menunjang Pemerintah Kota Denpasar yaitu persepsi, kognisi, motivasi dan sikap. Terkait dengan hal tersebut bahwa berdasar dari analisis teori yang sudah dilakukan dengan dasar indikator pembentukan citra dari Pemkot Denpasar ini terjawab dengan sebagian besar responden yaitu penduduk Kota Denpasar lebih banyak memilih jawaban sangat setuju dan setuju pada keempat indikator tersebut. Sehingga penilaian dari keempat indikator yang dijadikan sebagai element bentukan citra tersebut menghasilkan hasil citra yang positif dimata masyarakat Kota Denpasar.

Daftar Referensi

- Bimo, Walgito. (2002). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
Bimo, Walgito. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: C.V Andi.
Burhan Bungin. (2009). *Analisis Penelitian Data Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo.



- Heryanto, G, & Zarkasy, I. (2012). *Public relations politik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Jeffkins, Frank. (2003). *Public Relations Edisi kelima*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Kasali, Rhenald. (1994). *Manajemen Public relations: Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Ruslan, Rosady. (2006). *Manajemen Public relations dan Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mulyana, Deddy (2000). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Cet. XIV*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Musa, Mohammad. (1998). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Fajar Agung.
- Simatupang, Togar. (2007). *Ekonomi Kreatif: Menuju Era Kompetisi dan Persaingan Usahan Ekonomi Gelombang IV*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Soemirat, Soleh dan Ardianto. (2002). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro, (2007), *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung, Rosdakarya.
- Sutisna. (2003). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sutojo, Siswanto. (2004). *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.
- Vos, M. F. (2000). *The Corporate Image Concept: A Strategic Approach*. Utrecht: Lemma
- Wood, Julia T. (2013). *Komunikasi Interpersonal dalam interaksi Keseharian*, Jakarta: Salemba Humanika.
- <https://jdih.denpasarkota.go.id/produk-hukum/peraturan-perundang-undangan/perwali/640>
- <https://www.denpasarkota.go.id/home>