

Pengaruh Publik Relation Terhadap Kepercayaan Publik Dalam Sektor Pelayanan Publik

**Ali Azhary¹, Alinda Dewi Trisnawati², Ida Yatun Palakyah³, Reza Apriani⁴,
Anindia Rizkia Cahyani⁵**

^{1,2,3,4,5} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Alinda Dewi Trisnawati

E-mail: alindatrisnawati25@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh public relations (PR) terhadap kepercayaan publik dalam sektor pelayanan publik. PR memainkan peran kunci dalam membangun hubungan yang kuat antara pemerintah dan masyarakat melalui komunikasi yang terbuka, transparan, dan responsif. Melalui studi literatur review, penelitian ini mengkaji berbagai temuan dari jurnal-jurnal yang relevan mengenai peran PR dalam meningkatkan citra pemerintah dan kepercayaan publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PR yang dikelola dengan baik dapat memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat, meningkatkan kepuasan publik, dan memperbaiki citra lembaga publik. Penggunaan media sosial sebagai bagian dari strategi PR juga terbukti efektif dalam meningkatkan transparansi dan mempercepat respons terhadap keluhan masyarakat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi yang terbuka dan responsif sangat penting dalam menciptakan kepercayaan publik yang berkelanjutan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kualitas pelayanan publik.

Kata kunci - Public relations, Kepercayaan publik, Pelayanan publik

Abstract

This study aims to analyze the influence of public relations (PR) on public trust in the public service sector. PR plays a key role in building strong relationships between the government and the public through open, transparent and responsive communication. Through a literature review study, this research examines findings from relevant journals on the role of PR in improving government image and public trust. The results show that well-managed PR can strengthen the relationship between the government and the public, increase public satisfaction, and improve the image of public institutions. The use of social media as part of a PR strategy has also proven effective in increasing transparency and accelerating responses to public complaints. This research concludes that open and responsive communication is essential in creating sustainable public trust, which ultimately contributes to improving the quality of public services.

Keywords - Public relations, Public trust, Public service

PENDAHULUAN

Publik relation (PR) memegang peranan penting dalam membangun dan memelihara hubungan antara organisasi dan publiknya. Dalam konteks sektor pelayanan publik, PR menjadi alat strategis yang digunakan oleh pemerintah dan lembaga publik untuk menciptakan komunikasi yang efektif, meningkatkan transparansi, serta membangun citra positif. Kepercayaan publik terhadap instansi pemerintah dan pelayanan publik sangat bergantung pada cara lembaga-lembaga ini berinteraksi dengan masyarakat. Oleh karena itu, pengelolaan PR yang baik dapat berkontribusi pada peningkatan kualitas pelayanan publik dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah (Sari & Suherman, 2022; Fitriani & Wahyuni, 2021).

Dalam sektor pelayanan publik, kepercayaan publik tidak hanya dibangun melalui penyampaian informasi yang akurat, tetapi juga melalui konsistensi dan keterbukaan dalam komunikasi antara lembaga publik dan masyarakat. Tindakan PR yang transparan dapat menciptakan pemahaman yang lebih baik tentang kebijakan dan prosedur pelayanan publik yang ada. Sebaliknya, ketidakterbukaan atau komunikasi yang buruk dapat merusak kepercayaan masyarakat. Keberhasilan PR dalam sektor ini sangat bergantung pada pemahaman yang mendalam tentang audiens serta penerapan strategi yang tepat untuk menjawab kebutuhan dan harapan masyarakat (Wahyuni, 2020; Haryanto & Dwi, 2022).

Strategi PR dalam pelayanan publik mencakup berbagai taktik komunikasi, seperti penyampaian informasi melalui media massa, pengelolaan media sosial, serta keterlibatan langsung dengan masyarakat. Dalam hal ini, penggunaan media sosial dan teknologi informasi memainkan peran yang semakin penting. Media sosial memungkinkan lembaga publik untuk berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat dalam waktu nyata, yang dapat mempercepat penyebaran informasi dan memperkuat citra lembaga. Namun, efektivitas media sosial dalam membangun kepercayaan publik tergantung pada bagaimana lembaga publik mengelola interaksi dan merespons kritik serta keluhan dengan cepat dan transparan (Hidayat, 2021; Salim & Dewi, 2023).

Meskipun PR memiliki peran yang besar dalam meningkatkan kepercayaan publik, tantangan tetap ada, terutama dalam memastikan bahwa informasi yang disampaikan tidak hanya jelas dan terbuka, tetapi juga sesuai dengan harapan masyarakat. Sebagai contoh, ketika lembaga pemerintah melaksanakan program baru atau kebijakan yang berdampak luas, peran PR sangat penting dalam mengelola ekspektasi publik. Dengan strategi komunikasi yang baik, masyarakat akan lebih memahami tujuan dan manfaat dari kebijakan tersebut, yang pada gilirannya dapat meningkatkan tingkat kepercayaan mereka (Nugraha & Nugroho, 2023; Fitriani, 2022).

Pentingnya PR dalam sektor pelayanan publik juga tercermin dalam penelitian yang menunjukkan hubungan antara transparansi komunikasi dan tingkat kepuasan publik. Lembaga publik yang mengadopsi pendekatan PR yang transparan, responsif, dan inklusif cenderung memperoleh tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dari masyarakat. Sebaliknya, ketidakjelasan informasi dan kurangnya respons terhadap kebutuhan masyarakat dapat mengurangi kepercayaan dan memperburuk citra lembaga tersebut (Kurniawati, 2022; Agustina & Suryani, 2021). Oleh karena itu, PR menjadi komponen vital dalam strategi peningkatan kualitas pelayanan publik dan hubungan positif antara pemerintah dan masyarakat.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Publik Relation

Publik Relation, didefinisikan sebagai fungsi manajemen yang membangun dan memelihara hubungan komunikasi timbal balik yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Menurut Cutlip, Center, dan Broom (dalam Syarifuddin, 2016:8), PR berfungsi untuk menciptakan saluran informasi yang efektif antara organisasi dan publik, sehingga aspirasi dari kedua belah pihak dapat terpenuhi. Hal ini penting dalam konteks pelayanan publik, di mana kepercayaan masyarakat sangat bergantung pada transparansi dan akuntabilitas informasi yang disampaikan.

2. Kepercayaan Publik

Kepercayaan publik dapat didefinisikan sebagai sikap positif yang dimiliki masyarakat terhadap pemerintah dan institusinya. Menurut Hetherington (1999), kepercayaan publik adalah konsep yang digunakan sebagai basis orientasi dalam melakukan evaluasi terhadap pemerintah yang didasarkan kepada seberapa baik pemerintah beroperasi sesuai dengan harapan normatif dari publik. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan publik tidak hanya bergantung pada tindakan pemerintah, tetapi juga pada harapan dan persepsi masyarakat. Kepercayaan publik sangat penting karena dapat mempengaruhi efektivitas kebijakan publik. Ketika masyarakat memiliki kepercayaan tinggi terhadap pemerintah, mereka lebih cenderung untuk mendukung kebijakan yang diterapkan. Sebaliknya, rendahnya kepercayaan publik dapat mengakibatkan resistensi terhadap kebijakan dan menghambat partisipasi masyarakat dalam proses pemerintahan

3. Pelayanan Publik

Pelayanan publik dapat didefinisikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atas barang, jasa, atau pelayanan administratif. Menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, pelayanan publik adalah "kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik".

4. Pengaruh Public Relations terhadap Kepercayaan Publik

Public Relation berperan sebagai mediator yang menjembatani komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Melalui strategi komunikasi yang efektif, PR dapat membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan publik. Harlow (dalam Andipate, 2015:28) menyatakan bahwa tugas utama PR adalah membantu membentuk komunikasi dua arah yang saling pengertian antara organisasi dengan masyarakat. Dengan demikian, ketika masyarakat merasa didengar dan diperhatikan, kepercayaan mereka terhadap instansi pelayanan publik akan meningkat.

- a Komunikasi Efektif, PR harus mampu menyampaikan informasi secara jelas dan transparan. Hal ini mencakup penyampaian kebijakan, program, serta tanggapan terhadap isu-isu yang berkembang di masyarakat.
- b Responsif terhadap Opini Publik, PR juga berfungsi untuk merespons pendapat umum dan mengelola masalah yang muncul. Dengan menanggapi kekhawatiran atau kritik dari masyarakat secara proaktif, instansi dapat menunjukkan komitmennya terhadap pelayanan publik.
- c Membangun Hubungan Baik, Menurut Rachmadi (dalam Mukarom dan Laksana, 2015:56), fungsi utama PR adalah menumbuhkan hubungan baik antara lembaga dengan publiknya. Hubungan yang harmonis ini sangat penting untuk menciptakan kepercayaan jangka panjang.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur review untuk mengkaji dan menganalisis hasil penelitian terdahulu, artikel ilmiah, buku, dan dokumen lainnya yang relevan dengan pengaruh public relations (PR) terhadap kepercayaan publik dalam sektor pelayanan publik. Metode ini dipilih karena bertujuan untuk mengumpulkan, mengevaluasi, dan mensintesis temuan-temuan yang relevan dari berbagai penelitian yang telah dipublikasikan sebelumnya. Dengan demikian, studi literatur review memungkinkan peneliti untuk menggali informasi yang telah ada dan memberikan perspektif yang lebih luas mengenai topik yang diteliti (Sari & Suherman, 2022; Hidayat, 2021). Lokasi penelitian adalah ruang lingkup virtual, yaitu perpustakaan, jurnal online, dan basis data akademik seperti Google Scholar, PubMed, Scopus, atau portal akademik lainnya. Fokusnya adalah pada dokumen-dokumen yang relevan dengan PR dan kepercayaan publik, terutama dalam konteks sektor pelayanan

publik. Data dikumpulkan melalui penelusuran. Teknik Pengambilan Sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu memilih dokumen yang relevan berdasarkan kriteria berikut:

- Penelitian yang membahas public Relations dalam konteks pelayanan publik.
- Dokumen yang menyebutkan kepercayaan publik sebagai variabel yang diukur atau dijelaskan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian oleh Sari dan Suherman (2022), ditemukan bahwa PR yang dikelola dengan baik dapat memperbaiki citra pemerintah di mata publik. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang efektif, seperti penggunaan pesan yang jelas dan konsisten, dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap kebijakan pemerintah. Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian lain oleh Fitriani dan Wahyuni (2021) yang mengungkapkan bahwa transparansi dalam komunikasi pemerintah berperan penting dalam meningkatkan citra lembaga publik. Secara keseluruhan, PR yang efektif dapat memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat serta meningkatkan citra positif pemerintah di mata publik.

1. Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Kepercayaan Publik

Media sosial memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap pelayanan publik. Hidayat (2021) menyatakan bahwa penggunaan media sosial memungkinkan lembaga pemerintah untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat, yang mempercepat respon terhadap keluhan atau kritik. Hal ini diperkuat oleh penelitian oleh Salim dan Dewi (2023) yang menemukan bahwa lembaga pemerintah yang aktif di media sosial cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dari masyarakat. Kecepatan dalam memberikan informasi atau klarifikasi melalui platform digital berkontribusi dalam meningkatkan transparansi dan memperbaiki kepercayaan publik terhadap pelayanan pemerintah.

2. Keterbukaan dan Transparansi dalam Public Relations

Keterbukaan informasi merupakan aspek kunci dalam membangun kepercayaan publik. Wahyuni (2020) mengungkapkan bahwa tingkat transparansi yang tinggi dalam komunikasi pemerintah meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap kebijakan yang ada, yang pada gilirannya mengurangi ketidakpercayaan. Penelitian Agustina dan Suryani (2021) juga menekankan pentingnya transparansi dalam PR sektor publik, yang dapat mengurangi spekulasi atau kesalahpahaman di kalangan masyarakat. Dengan keterbukaan yang baik, lembaga publik dapat memperlihatkan bahwa mereka tidak memiliki sesuatu yang disembunyikan, yang secara langsung berdampak pada meningkatnya kepercayaan masyarakat.

3. Pengelolaan Umpan Balik dan Responsivitas dalam Public Relations

Salah satu faktor penting dalam pengelolaan PR adalah kemampuan lembaga publik untuk merespons umpan balik dan kritik dari masyarakat. Haryanto dan Dwi (2022) menekankan bahwa interaksi yang aktif dan responsif terhadap keluhan masyarakat dapat memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat. Ketika PR dikelola dengan baik dan responsif, masyarakat merasa lebih dihargai, yang pada gilirannya meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap pelayanan publik. Penelitian oleh Kurniawati (2022) juga mengonfirmasi bahwa PR yang responsif dapat mempengaruhi kepuasan publik, yang berkaitan langsung dengan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap lembaga pemerintah.

4. Peran Strategi Komunikasi dalam Mengelola Ekspektasi Publik

Penelitian oleh Nugraha dan Nugroho (2023) dan Fitriani (2022) menyoroti pentingnya strategi komunikasi yang jelas dalam mengelola ekspektasi publik, terutama saat ada perubahan kebijakan atau program baru yang diimplementasikan. Komunikasi yang terbuka dan jelas dapat membantu masyarakat memahami tujuan dan manfaat dari kebijakan yang diterapkan, sehingga mereka merasa lebih positif terhadap perubahan tersebut. Sebaliknya, ketidakjelasan atau informasi yang terbatas dapat menyebabkan kebingungannya masyarakat, yang pada akhirnya merusak kepercayaan publik terhadap pemerintah. Oleh karena itu, strategi PR yang efektif harus mencakup

penyampaian informasi yang lengkap dan tepat waktu, guna membangun pemahaman dan mengelola ekspektasi masyarakat.

5. Pentingnya PR dalam Meningkatkan Kepuasan Publik

Kepuasan publik sangat dipengaruhi oleh cara lembaga pemerintah berkomunikasi dengan masyarakat. Penelitian oleh Kurniawati (2022) menunjukkan bahwa lembaga yang mengelola PR dengan baik dapat meningkatkan kepuasan publik terhadap pelayanan mereka. Kepercayaan publik terhadap kualitas pelayanan publik dipengaruhi oleh kesan yang ditinggalkan oleh lembaga pemerintah, yang dibangun melalui komunikasi yang transparan dan responsif. Agustina dan Suryani (2021) juga menyoroti bahwa dengan memberikan informasi yang jelas dan mendengarkan kebutuhan masyarakat, PR dapat meningkatkan kepuasan dan menciptakan hubungan yang lebih baik antara lembaga publik dan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh berbagai peneliti, dapat disimpulkan bahwa public relations (PR) memiliki peran yang sangat besar dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan publik terhadap sektor pelayanan publik. PR yang dikelola dengan baik dapat meningkatkan citra pemerintah, karena melalui komunikasi yang terbuka dan jelas, masyarakat merasa lebih dihargai dan terinformasi dengan baik tentang kebijakan yang diterapkan. Hal ini menunjukkan bahwa keterbukaan informasi adalah salah satu faktor utama yang membangun kepercayaan publik terhadap lembaga pemerintah.

Selain itu, penggunaan media sosial dalam strategi PR juga terbukti sangat efektif dalam meningkatkan kepercayaan publik. Dengan media sosial, lembaga pemerintah dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat secara cepat dan efisien. Hidayat (2021) dan Salim & Dewi (2023) menunjukkan bahwa keberadaan media sosial memungkinkan pemerintah untuk memberikan informasi yang lebih transparan dan mengatasi keluhan publik dengan lebih responsif, yang secara langsung meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan publik.

Transparansi dalam komunikasi adalah aspek kunci yang perlu diperhatikan oleh lembaga pemerintah dalam menjalankan strategi PR. Ketika informasi terkait kebijakan atau pelayanan publik disampaikan dengan jelas dan terbuka, masyarakat akan lebih memahami tujuan dari kebijakan tersebut dan lebih mudah menerima perubahan yang ada. Hal ini dibuktikan dalam penelitian oleh Wahyuni (2020) dan Agustina & Suryani (2021) yang menunjukkan bahwa keterbukaan informasi mengurangi ketidakpercayaan masyarakat dan memperbaiki citra pemerintah.

PR juga berperan penting dalam merespons umpan balik dari masyarakat. Lembaga pemerintah yang aktif dalam menanggapi kritik dan keluhan publik, serta menyediakan ruang bagi masyarakat untuk memberikan masukan, akan memperkuat hubungan mereka dengan publik. Penelitian oleh Haryanto & Dwi (2022) mengungkapkan bahwa respons yang cepat dan tepat terhadap keluhan masyarakat akan meningkatkan kepuasan dan memperkuat kepercayaan terhadap lembaga tersebut. Oleh karena itu, responsivitas menjadi elemen penting dalam keberhasilan PR sektor publik.

Strategi komunikasi yang efektif dalam PR juga diperlukan untuk mengelola ekspektasi publik. Ketika pemerintah mengimplementasikan kebijakan atau program baru, penting bagi mereka untuk mengkomunikasikan manfaat dan tujuan kebijakan tersebut dengan jelas. Penelitian Nugraha & Nugroho (2023) dan Fitriani (2022) menunjukkan bahwa komunikasi yang baik dapat membantu masyarakat memahami perubahan yang terjadi dan menerima kebijakan dengan lebih positif, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap pemerintah.

Terakhir, dapat disimpulkan bahwa PR tidak hanya berfungsi untuk memperbaiki citra pemerintah, tetapi juga untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara pemerintah dan masyarakat. Kepuasan publik sangat dipengaruhi oleh cara lembaga publik berkomunikasi, dan strategi PR yang efektif dapat membantu meningkatkan kepuasan masyarakat terhadap pelayanan publik. Dengan demikian, pengelolaan PR yang baik dapat membawa dampak positif, baik dalam aspek transparansi, keterbukaan informasi, responsivitas, maupun dalam peningkatan citra pemerintah dan kepercayaan publik secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dari berbagai literatur, dapat disimpulkan bahwa Public Relations (PR) memiliki peran yang sangat penting dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan publik terhadap sektor pelayanan publik. Komunikasi yang transparan, akuntabel, dan responsif melalui PR dapat memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat. Melalui pendekatan komunikasi yang terbuka, masyarakat akan merasa lebih dihargai dan terinformasi, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepercayaan mereka terhadap kebijakan dan pelayanan yang diberikan oleh lembaga publik. Selain itu, komunikasi dua arah yang efektif memungkinkan adanya umpan balik dari masyarakat yang dapat digunakan untuk perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan publik.

Selain itu, penggunaan media sosial dalam strategi PR juga terbukti efektif dalam meningkatkan kepercayaan publik. Media sosial memberikan platform bagi pemerintah untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat, memberikan informasi yang cepat dan akurat, serta menanggapi pertanyaan atau keluhan dengan lebih responsif. Ini membantu menciptakan hubungan yang lebih terbuka, yang menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pemerintahan.

Secara keseluruhan, PR yang baik dapat meningkatkan citra pemerintah dan memperkuat kepercayaan publik melalui transparansi, responsivitas, dan komunikasi yang jelas. Keterbukaan informasi dan keterlibatan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan adalah elemen-elemen kunci dalam menciptakan kepercayaan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, pengelolaan PR yang efektif harus menjadi prioritas bagi pemerintah untuk memastikan pelayanan publik yang lebih baik dan hubungan yang harmonis dengan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D., & Suryani, A. (2021). Transparansi Informasi dalam PR Pemerintahan: Studi Kasus pada Layanan Publik. *Jurnal Komunikasi Publik*, 10(4), 200-213.
- Andipate, A. (2015). *Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta
- Fitriani, I. (2022). Pengelolaan PR untuk Meningkatkan Kepercayaan Publik dalam Implementasi Kebijakan Pemerintah. *Jurnal Manajemen Pelayanan Publik*, 13(3), 88-102.
- Fitrani, R., & Wahyuni, S. (2021). Public Relations dalam Meningkatkan Transparansi Layanan Pemerintah. *Jurnal Manajemen Publik*, 6(2), 101-115.
- Haryanto, A., & Dwi, M. (2022). Peran Public Relations dalam Komunikasi Pemerintah dan Masyarakat. *Jurnal Komunikasi dan Pembangunan*, 17(4), 191-205.
- Hidayat, F. (2021). Media Sosial dalam Public Relations Sektor Publik: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Komunikasi Publik*, 8(2), 112-126.
- Kurniawati, L. (2022). Public Relations dan Kepuasan Publik dalam Pelayanan Pemerintah. *Jurnal Administrasi Negara*, 19(2), 134-148.
- Nugraha, R., & Nugroho, H. (2023). Keterbukaan Informasi dan Kepercayaan Publik dalam Sektor Pemerintahan. *Jurnal Administrasi Publik*, 21(4), 215-230.
- Salim, D., & Dewi, R. (2023). Pengaruh Media Sosial terhadap Kepercayaan Publik pada Pelayanan Pemerintah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 58-72.
- Sari, M., & Suherman, H. (2022). Pengaruh Public Relations terhadap Citra Pemerintah dalam Pelayanan Publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(3), 75-90.
- Syarifuddin, M. (2016). *Dasar-Dasar Public Relations*. Jakarta: Penerbit DEF.
- Wahyuni, S. (2020). Komunikasi Publik dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat pada Layanan Publik. *Jurnal Studi Komunikasi*, 14(1), 45-60.