

Strategi Komunikasi Humas Dinas Pertanian Sumatera Selatan dalam Mempertahankan Citra Program Pertanian Berkelanjutan

Public Relations Communication Strategy Of The South Sumatra Agricultural Service In Maintaining The Image Of The Sustainable Agricultural Program

Patimah Hoirunnisa¹, M. Reno Dwi Nugraha²,

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Jl. K.H. Zainal Abidin Fikri KM. 3,5, Palembang Sumatera Selatan

Korespondensi: 23031410086@radenfatah.ac.id

Abstract

This study aims to examine the public relations communication strategies implemented by the Food Crops and Horticulture Agriculture Office (DTPH) of South Sumatra Province in maintaining the image of sustainable agriculture programs. A qualitative approach with a case study design was employed in this research. The informants consisted of three groups directly involved in the public communication process, namely the Public Relations unit of DTPH South Sumatra Province, agricultural extension field, and farmers as program beneficiaries. Data were collected through semi-structured in-depth interviews, direct observation of extension and program socialization activities, observation of the management of DTPH's official social media platforms, and document analysis of activity reports and digital publication materials. Data analysis was conducted using Miles and Huberman's interactive analysis model, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing. The analysis was guided by Frank Jefkins' Image Theory, which assumes that organizational image is formed through consistent, credible, and continuous communication and is reflected in four image dimensions: mirror image, current image, wish image, and multiple image. The findings indicate that face-to-face communication through extension activities plays a dominant role in building farmers' trust, while digital communication has not yet been optimally utilized, resulting in differences in public perception. These findings highlight that alignment between internal communication processes and external public reception is a crucial factor in strengthening the image of sustainable agriculture programs.

Keywords: *public relations communication, organizational image, sustainable agriculture, DTPH South Sumatra, Jefkins' Image Theory*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi komunikasi kehumasan yang diterapkan oleh Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura (DTPH) Provinsi Sumatera Selatan dalam upaya menjaga citra program pertanian berkelanjutan. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan desain penelitian studi kasus. Informan penelitian melibatkan tiga kelompok yang berperan langsung dalam proses komunikasi publik, yaitu pihak Humas DTPH Provinsi Sumatera Selatan, bidang penyuluh pertanian, serta petani sebagai penerima manfaat program. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur, pengamatan langsung terhadap aktivitas penyuluhan dan sosialisasi program, observasi pengelolaan akun media sosial resmi DTPH, serta telaah dokumen berupa laporan kegiatan dan materi publikasi digital. Analisis data dilakukan dengan menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang mencakup tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Kerangka analisis mengacu pada Teori Citra Frank Jefkins yang berpandangan bahwa citra

organisasi terbentuk melalui komunikasi yang berlangsung secara konsisten, memiliki kredibilitas, dan berkesinambungan, serta tercermin dalam empat dimensi citra, yakni citra bayangan, citra yang berlaku, citra yang diharapkan, dan citra majemuk. Temuan penelitian menunjukkan bahwa komunikasi langsung melalui kegiatan penyuluhan berperan signifikan dalam membangun kepercayaan petani, sedangkan pemanfaatan komunikasi digital masih belum berjalan optimal sehingga memunculkan perbedaan persepsi di kalangan publik. Hasil ini menegaskan bahwa kesesuaian antara komunikasi internal organisasi dan respons publik eksternal menjadi faktor penting dalam memperkuat citra program pertanian berkelanjutan.

Kata Kunci: komunikasi humas, citra organisasi, pertanian berkelanjutan, DPTPH Sumatera Selatan, Teori Citra Jefkins

PENDAHULUAN

Pertanian merupakan sektor strategis yang memiliki kontribusi besar terhadap ketahanan pangan nasional, kesejahteraan masyarakat, dan keberlanjutan lingkungan hidup. Sebagai tulang punggung pembangunan ekonomi, sektor ini tidak hanya berperan dalam menyediakan kebutuhan pangan, tetapi juga berfungsi menjaga keseimbangan ekosistem serta memperkuat perekonomian masyarakat pedesaan. Dalam konteks pembangunan nasional, konsep pertanian berkelanjutan menjadi prioritas utama pemerintah untuk menjaga keseimbangan antara produktivitas ekonomi, pelestarian ekologi, dan keadilan sosial. Oleh karena itu, keberhasilan pembangunan pertanian tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis produksi, tetapi juga oleh efektivitas komunikasi publik dalam menghubungkan kebijakan pemerintah dengan kebutuhan masyarakat tani. Komunikasi publik yang strategis dibutuhkan agar setiap kebijakan, program, dan inovasi pertanian dapat diterima, dipahami, dan diimplementasikan secara tepat oleh masyarakat.

Meskipun demikian, implementasi pertanian berkelanjutan di Indonesia masih menghadapi tantangan kompleks, baik secara struktural maupun kultural. Fenomena alih fungsi lahan, rendahnya regenerasi petani muda, serta minimnya literasi publik terhadap prinsip keberlanjutan menjadi hambatan serius

dalam menjaga stabilitas sektor pertanian. Di Provinsi Sumatera Selatan, tantangan ini kian terasa karena wilayah ini merupakan salah satu lumbung pangan nasional yang menghadapi tekanan akibat perubahan iklim, degradasi lahan, dan dinamika sosial ekonomi. Dalam kondisi demikian, kemampuan lembaga publik seperti Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura (DPTPH) Provinsi Sumatera Selatan menjadi krusial, terutama dalam mengelola komunikasi yang efektif agar program-program pertanian berkelanjutan dapat membangun kepercayaan publik, menumbuhkan partisipasi petani, dan mempertahankan citra positif lembaga di mata masyarakat.

Dalam konteks inilah, fungsi hubungan masyarakat (humas) berperan strategis. Humas merupakan fungsi manajemen yang berorientasi pada penciptaan dan pemeliharaan hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Menurut Cutlip *et al.*, (2006) humas adalah *“the management function that establishes and maintains mutually beneficial relationships between an organization and the publics on whom its success or failure depends.”* Definisi ini menegaskan bahwa keberhasilan organisasi publik sangat bergantung pada kemampuan humas dalam membangun komunikasi yang berkelanjutan, transparan, dan partisipatif. Dalam lembaga pemerintahan seperti DPTPH,

humas berfungsi sebagai jembatan antara pemerintah dan masyarakat yang bertugas menyampaikan kebijakan publik, mengelola opini, serta menjaga citra positif lembaga. Bentuk kerja humas meliputi perencanaan pesan, pelaksanaan kegiatan komunikasi langsung seperti penyuluhan dan sosialisasi, hingga pengelolaan media digital sebagai sarana penyebaran informasi kepada publik secara lebih luas.

Strategi komunikasi humas berperan sebagai kerangka dalam merancang dan mengimplementasikan pesan-pesan kelembagaan agar efektif menjangkau audiens sasaran. Menurut Ruslan (2018), strategi komunikasi humas terdiri dari empat unsur utama: perencanaan pesan, pemilihan media, pelaksanaan komunikasi dua arah, dan evaluasi hasil komunikasi. Dalam era digital, strategi ini menuntut humas untuk mampu mengintegrasikan media konvensional dengan media daring agar pesan lembaga dapat menjangkau publik yang lebih beragam. Keberhasilan strategi komunikasi humas sangat ditentukan oleh kemampuan lembaga dalam mengelola pesan yang kredibel, konsisten, dan relevan dengan konteks sosial budaya masyarakat. Dalam konteks DPTPH, hal ini terlihat pada bagaimana lembaga berupaya menyampaikan kebijakan pertanian berkelanjutan melalui berbagai kanal komunikasi baik tatap muka, media massa, maupun media sosial untuk memperkuat citra positif program pertanian daerah.

Penelitian ini berlandaskan pada Teori Citra (*Image Theory*) yang dikemukakan oleh Jefkins (2003), yang menyatakan bahwa citra merupakan kesan atau gambaran yang terbentuk di benak publik terhadap suatu organisasi berdasarkan pengalaman dan komunikasi yang diterima. Jefkins mengemukakan empat indikator utama dalam

pembentukan citra, yaitu: citra bayangan (*mirror image*) bagaimana pihak internal melihat dirinya sendiri; citra yang berlaku (*current image*) bagaimana publik menilai lembaga; citra yang diharapkan (*wish image*) citra ideal yang ingin dibentuk lembaga; dan citra majemuk (*multiple image*) keragaman persepsi dari berbagai kelompok publik. Asumsi dasar teori ini adalah bahwa citra tidak dibentuk secara instan, melainkan melalui proses komunikasi yang terencana, konsisten, dan berkesinambungan. Dalam konteks kehumasan pemerintah, teori ini menjelaskan bahwa komunikasi publik yang terbuka, informatif, dan kredibel dapat mengubah persepsi negatif menjadi positif, sekaligus memperkuat legitimasi lembaga di mata masyarakat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji secara mendalam strategi komunikasi humas Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Selatan dalam upaya menjaga dan memperkuat citra program pertanian berkelanjutan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoretis bagi pengembangan kajian kehumasan pemerintah, sekaligus menjadi rujukan praktis bagi instansi daerah dalam membangun komunikasi publik yang adaptif, efektif, dan berkelanjutan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam strategi komunikasi humas Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura (DPTPH) Provinsi Sumatera Selatan dalam mempertahankan citra program pertanian berkelanjutan. Data dalam penelitian kualitatif berbentuk kata-kata, narasi, dan deskripsi,

bukan dalam bentuk angka. Sejalan dengan pendapat Bogdan dan Taylor dalam (Moleong, 2008), metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Metode ini bertujuan untuk memahami fenomena secara menyeluruh mengenai pengalaman subjek penelitian, baik dari perilaku, pandangan, maupun tindakan, yang kemudian dideskripsikan dalam bentuk narasi ilmiah (Moleong, 2013).

Jenis penelitian ini dipilih karena relevan untuk mengungkap secara komprehensif praktik komunikasi publik yang dilakukan oleh humas pemerintah dalam konteks pertanian berkelanjutan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menggambarkan strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas DPTPH dalam membangun citra positif lembaga di mata publik, terutama petani dan masyarakat yang menjadi sasaran utama program. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan efektivitas strategi komunikasi yang dijalankan humas, sekaligus memberikan gambaran nyata tentang bagaimana praktik komunikasi publik pemerintah dapat memperkuat legitimasi dan kepercayaan terhadap kebijakan pembangunan pertanian di daerah.

Penelitian ini menggunakan Teori Citra (*Image Theory*) yang dikemukakan oleh Jefkins (2003), yang menyatakan bahwa citra adalah persepsi yang terbentuk dalam pikiran publik terhadap suatu organisasi sebagai hasil dari pengalaman dan proses komunikasi yang diterima. Citra positif tidak muncul secara langsung, tetapi dibangun melalui upaya komunikasi yang dirancang secara sistematis, dilakukan secara konsisten, dan berlangsung secara berkelanjutan. Dalam konteks penelitian ini, teori citra dimanfaatkan untuk mengkaji bagaimana strategi komunikasi kehumasan

DPTPH, baik melalui penyuluhan, publikasi media digital, maupun kegiatan kemitraan dengan masyarakat petani, dapat menciptakan kesan positif dan memperkuat identitas lembaga di mata publik. Asumsi teori Jefkins yang terdiri dari konsistensi pesan, kredibilitas sumber informasi, dan keterlibatan publik dijadikan indikator analisis untuk memahami pembentukan citra DPTPH.

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Selatan yang berlokasi di Jl. P Kaptan Tandean, Kota Palembang, serta di dua wilayah sentra pertanian yaitu Kabupaten Ogan Ilir dan Kabupaten Banyuasin yang secara keseluruhan melayani sebanyak 2 kelompok tani. Lokasi tersebut dipilih karena menjadi daerah aktif pelaksanaan program pertanian berkelanjutan dan pusat kegiatan komunikasi antara humas, penyuluh, dan masyarakat tani. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan analisis dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan dengan panduan semi-terstruktur untuk memperoleh data dari informan utama. Observasi lapangan dilakukan untuk melihat secara langsung aktivitas komunikasi humas dalam kegiatan penyuluhan dan sosialisasi program pertanian. Sedangkan analisis dokumen dilakukan dengan menelaah laporan kegiatan, arsip dinas, serta publikasi media digital resmi untuk memperoleh gambaran objektif mengenai pola komunikasi lembaga.

Dalam penelitian ini, jumlah informan terdiri atas tiga orang yang terlibat secara langsung dalam pelaksanaan komunikasi publik program pertanian berkelanjutan, yaitu Bapak Irfanda, S.P. selaku Humas Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Selatan, Ibu Netty, S.P. selaku penyuluh pertanian lapangan yang berperan sebagai penghubung komunikasi antara dinas

dan petani, serta Bapak Suyanto selaku petani penerima program yang berfungsi sebagai penerima pesan sekaligus pelaku dalam implementasi program pertanian berkelanjutan. Pemilihan satu informan dari unsur petani dilakukan dengan pertimbangan bahwa informan tersebut merupakan perwakilan yang aktif, memiliki pengalaman langsung dalam mengikuti program, serta mampu merefleksikan persepsi dan penilaian masyarakat terhadap komunikasi yang dilakukan oleh DPTPH. Hal ini relevan dengan konsep citra majemuk dalam Teori Citra Jefkins (2003), yang memandang bahwa citra organisasi terbentuk dari beragam persepsi publik yang diwakili oleh aktor-aktor kunci dalam proses komunikasi. Adapun kriteria pemilihan informan dalam penelitian ini meliputi keterlibatan langsung dalam komunikasi publik, pengalaman dalam pelaksanaan program pertanian berkelanjutan, serta pemahaman terhadap alur dan substansi komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Dengan mempertimbangkan kriteria tersebut, informan yang dipilih dinilai mampu memberikan data yang mendalam dan representatif untuk menggambarkan proses komunikasi humas dalam konteks pertanian berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Humas Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura (DPTPH) Provinsi Sumatera Selatan menguraikan secara lebih mendalam mengenai implementasi strategi komunikasi yang dilakukan dalam menyosialisasikan dan mempertahankan citra program pertanian berkelanjutan, serta berbagai hambatan yang dihadapi selama pelaksanaan komunikasi publik kepada masyarakat tani.

Strategi Komunikasi Humas Dinas Pertanian Tanaman Pangan Dan Hortikultura Prov. Sumsel

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura (DPTPH) Provinsi Sumatera Selatan memiliki peran signifikan dalam membentuk serta menjaga citra positif program pertanian berkelanjutan. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Irfanda, S.P., selaku Humas DPTPH, diperoleh informasi bahwa kegiatan komunikasi publik dilaksanakan melalui dua pendekatan utama: komunikasi langsung (tatap muka, sosialisasi, penyuluhan) dan komunikasi digital melalui media sosial dinas. Ia menjelaskan bahwa humas berupaya *“Tapi sebenarnya gunanya tadi kan untuk memberikan informasi ke jembatan publik. menyampaikan pesan yang bukan hanya informatif, tetapi juga membangun rasa percaya antara dinas dan masyarakat petani.”*



Gambar 1. Panen Padi Apung di Danau Jakabaring sport city Palembang dalam rangka gebyar perbenihan

Sumber: Instagram @pertanianph.sumsel

Hal ini menunjukkan bahwa citra lembaga dibangun tidak hanya melalui penyebaran informasi, melainkan melalui interaksi yang menciptakan kedekatan emosional. Bapak Irfanda menjelaskan bahwa fungsi utama komunikasi humas tidak hanya sebatas menyampaikan informasi kebijakan, tetapi juga berperan sebagai jembatan antara pemerintah dan publik. Ia menegaskan bahwa pesan yang disampaikan harus mampu membangun kepercayaan masyarakat terhadap kinerja dinas, khususnya dalam pelaksanaan

program pertanian. Menurutnya, pengelolaan media sosial organisasi perangkat daerah, termasuk DPTPH, tidak terlepas dari upaya mendukung kinerja pimpinan daerah serta menyampaikan informasi publik secara transparan agar masyarakat mengetahui berbagai inovasi dan aktivitas yang telah dilaksanakan. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pembentukan citra lembaga tidak hanya dilakukan melalui penyebaran informasi semata, melainkan melalui proses komunikasi yang berorientasi pada kepercayaan dan kedekatan emosional antara dinas dan masyarakat petani.

Wawancara dengan Ibu Netty, S.P., selaku penyuluh pertanian, menegaskan bahwa strategi komunikasi lapangan menjadi faktor utama keberhasilan penerimaan program. Ia menyebut, *“Petani lebih mudah menerima inovasi ketika mereka merasa dihargai pendapatnya dan bisa berdialog langsung dengan dinas.”* Pernyataan Ibu Netty, menunjukkan bahwa komunikasi lapangan yang bersifat dialogis menjadi kunci keberhasilan penerimaan program pertanian oleh petani. Ketika petani diberi kesempatan untuk menyampaikan pendapat dan berdialog langsung dengan pihak dinas, mereka merasa dihargai dan dilibatkan dalam proses pembangunan, sehingga menumbuhkan kepercayaan terhadap program yang ditawarkan. Hal ini menegaskan bahwa komunikasi dua arah lebih efektif dibandingkan komunikasi satu arah, karena mampu membangun hubungan yang partisipatif dan menciptakan citra positif lembaga di mata petani. Hal ini juga menunjukkan kuatnya penerapan komunikasi dua arah dalam membangun kepercayaan, sejalan dengan teori *Relationship Management* yang menyatakan bahwa komunikasi partisipatif menciptakan citra positif karena publik merasa dilibatkan.



Gambar 2. *Wawancara bidang penyuluh dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Prov.Sumsel*

Sumber: Dokumentasi peneliti,2025

Bapak Suyatno, petani, menyampaikan bahwa petani melihat DPTPH sebagai lembaga yang terbuka dan bersedia menampung aspirasi, meskipun menurutnya *“belum semua informasi cepat sampai ke petani, terutama di daerah terpencil.”* Pernyataan Bapak Suyatno menunjukkan bahwa secara umum petani memiliki persepsi positif terhadap DPTPH sebagai lembaga yang terbuka dan mau mendengarkan aspirasi masyarakat tani. Namun demikian, ia juga menyoroti adanya keterbatasan dalam penyebaran informasi, khususnya bagi petani yang berada di wilayah terpencil, sehingga tidak semua informasi program dapat diterima secara cepat dan merata. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun citra kelembagaan DPTPH sudah terbentuk dengan baik dari sisi keterbukaan, efektivitas distribusi informasi masih perlu ditingkatkan agar seluruh petani memperoleh akses informasi yang sama.



Gambar 3. *Lokasi program pertanian*

Sumber: Dokumentasi peneliti,2025

Berdasarkan analisis indikator Teori Citra Frank Jefkins, pembentukan citra Humas DPTPH dapat dijelaskan melalui empat dimensi utama.

Pertama, Citra Bayangan (*Mirror Image*) menggambarkan bagaimana pihak internal memandang lembaganya sendiri. Dari wawancara dengan pejabat humas, ditemukan bahwa DPTPH menganggap dirinya sudah cukup adaptif terhadap perkembangan komunikasi digital, meskipun masih terbatas dalam sumber daya manusia. Persepsi ini menunjukkan adanya keinginan internal untuk membangun lembaga yang modern dan informatif, sebagaimana juga ditemukan pada penelitian Purba et al., (2023) yang menekankan pentingnya adaptasi komunikasi kelembagaan di era digital.

Kedua, Citra yang Berlaku (*Current Image*) mencerminkan pandangan publik terhadap lembaga. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di lapangan, petani memandang DPTPH sebagai lembaga yang aktif mendampingi mereka, namun kurang konsisten dalam penyebaran informasi melalui kanal digital. Publik petani menghargai komunikasi tatap muka, tetapi masih merasa akses informasi digital tidak merata. Hal ini sejalan dengan temuan (Shafira, 2024), bahwa efektivitas komunikasi digital di sektor pertanian sangat bergantung pada literasi dan infrastruktur.

Ketiga, Citra yang Diharapkan (*Wish Image*) menggambarkan citra ideal yang ingin dicapai lembaga. Berdasarkan hasil wawancara dengan pejabat humas, DPTPH menginginkan citra sebagai lembaga pertanian yang modern, responsif, dan terpercaya. Harapan ini tercermin dalam pernyataan Bapak Irfanda bahwa humas “*Berupaya menjadikan Dinas Pertanian Sumatera Selatan sebagai model pertanian digital yang informatif dan dekat dengan petani.*” Keinginan tersebut sejalan dengan pandangan (Ruslan, 2018), bahwa citra ideal organisasi dibentuk melalui perencanaan komunikasi yang konsisten dan kredibel.

Keempat, Citra Majemuk (*Multiple Image*) menggambarkan beragam persepsi dari kelompok publik yang berbeda. Hasil wawancara dan observasi menunjukkan adanya perbedaan persepsi antara publik internal (pegawai dan humas), penyuluh, dan publik eksternal (petani serta masyarakat umum). Sementara pihak internal melihat dinas sudah bertransformasi ke arah digital, sebagian petani masih menganggap komunikasi lembaga lebih efektif melalui penyuluhan langsung. Hal ini menunjukkan bahwa citra lembaga masih bersifat majemuk, sebagaimana dikemukakan oleh Jefkins (2003), di mana setiap publik membangun persepsi berbeda tergantung pengalaman interaksi dan akses informasi yang dimiliki.

Hasil observasi konten media sosial Instagram resmi DPTPH (@*pertaniantph.sumsel*) memperlihatkan bahwa konten yang diunggah didominasi oleh kegiatan lapangan, edukasi pertanian, dan promosi hasil produksi daerah. Konten visual yang menampilkan kolaborasi dengan kelompok tani memperoleh interaksi lebih tinggi dibanding unggahan berupa informasi teknis kebijakan. Hal ini menunjukkan bahwa publik lebih merespons pesan yang bersifat human-interest dan visual, sejalan dengan penelitian (Rachman, 2020), yang menemukan bahwa visualisasi program pembangunan melalui media sosial meningkatkan persepsi positif publik terhadap instansi pemerintah. Namun demikian, ditemukan pula bahwa frekuensi unggahan belum konsisten, dan tidak semua postingan disertai narasi edukatif yang menjelaskan makna program. Ketidakkonsistenan ini menunjukkan perlunya perencanaan editorial yang lebih strategis agar citra digital lembaga tetap terjaga. Contoh publikasi dan dokumentasi dapat di lihat dari Instagram media sosial dinas:



Gambar 4. Akun Resmi Instagram Dinas Pertanian Prov. Sumatera Selatan

Sumber: Instagram @[pertanianph.sumsel](https://www.instagram.com/pertanianph.sumsel)

Secara keseluruhan, hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa strategi komunikasi humas DPTPH berada pada tahap berkembang. Keberhasilan humas dalam membangun kepercayaan publik melalui komunikasi tatap muka sudah terlihat kuat, tetapi optimalisasi komunikasi digital masih menjadi tantangan. Analisis berdasarkan teori citra Jefkins menunjukkan bahwa citra lembaga dipengaruhi oleh sinergi antara pesan internal dan penerimaan publik eksternal. Semakin beragam persepsi antara “citra bayangan” dan “citra yang berlaku”, semakin kuat reputasi lembaga di mata Masyarakat (Jefkins, 2003); (Ruslan, 2018). Oleh karena itu, peningkatan kapasitas komunikasi digital, pelatihan sumber daya manusia humas, dan konsistensi publikasi program merupakan langkah penting dalam memperkuat citra positif program pertanian berkelanjutan di Sumatera Selatan.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi kehumasan yang diterapkan oleh Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura (DPTPH) Provinsi Sumatera Selatan memiliki peran yang signifikan dalam membentuk serta menjaga

citra positif program pertanian berkelanjutan. Strategi komunikasi tersebut dijalankan secara terencana melalui kombinasi komunikasi langsung dan komunikasi digital sebagai upaya menjembatani kebijakan pemerintah dengan kebutuhan serta karakteristik masyarakat tani. Komunikasi tatap muka melalui penyuluhan dan sosialisasi terbukti menjadi pendekatan yang paling efektif dalam membangun kepercayaan petani, karena memungkinkan terjadinya dialog dua arah dan keterlibatan aktif masyarakat dalam proses pembangunan pertanian.

Pelaksanaan strategi komunikasi humas DPTPH mencakup perencanaan pesan yang menekankan kejelasan informasi dan keberlanjutan program, pemanfaatan media konvensional dan media sosial resmi dinas sebagai sarana publikasi, serta evaluasi komunikasi melalui umpan balik dari penyuluh dan petani di lapangan. Peran humas tidak hanya sebatas penyampai informasi, tetapi juga sebagai pengelola hubungan antara dinas dan publik dengan membangun komunikasi yang kredibel, konsisten, dan partisipatif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa citra DPTPH terbentuk melalui interaksi berkelanjutan antara komunikasi internal dan penerimaan publik eksternal, sebagaimana dijelaskan dalam Teori Citra Frank Jefkins.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan sejumlah tantangan, antara lain keterbatasan sumber daya manusia humas, belum optimalnya pengelolaan komunikasi digital, serta ketimpangan akses informasi bagi petani di wilayah terpencil. Kondisi tersebut menyebabkan munculnya perbedaan persepsi publik terhadap kinerja komunikasi lembaga. Oleh karena itu, diperlukan penguatan kapasitas humas melalui pelatihan komunikasi digital, peningkatan koordinasi dengan penyuluh pertanian, serta perencanaan konten media sosial yang lebih konsisten dan edukatif.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi humas DPTPH telah mencerminkan prinsip komunikasi dua arah yang partisipatif dan berkontribusi positif dalam membangun kepercayaan serta citra lembaga di mata masyarakat tani. Peningkatan kualitas komunikasi yang terintegrasi dan berkelanjutan diharapkan mampu memperkuat efektivitas program pertanian berkelanjutan serta memperkecil kesenjangan persepsi antara lembaga dan publik sasaran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Dinas Pertanian Provinsi Sumatera Selatan atas kesempatan, keterbukaan, serta dukungan yang diberikan selama proses penelitian ini berlangsung. Secara khusus, apresiasi disampaikan kepada jajaran pimpinan, Humas, serta staf Dinas Pertanian Provinsi Sumatera Selatan yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi, penjelasan, serta data yang diperlukan melalui kegiatan wawancara dan dokumentasi, sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan dan diselesaikan dengan baik.

Penulis juga menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada Ibu Rina Pebriana, M.Pd., selaku dosen pembimbing, atas bimbingan, arahan, serta masukan akademik yang diberikan secara konsisten selama proses penyusunan penelitian ini. Bimbingan beliau berperan penting dalam memperkuat landasan teoretis, ketepatan metodologis, serta kedalaman analisis terkait strategi komunikasi humas dalam mempertahankan citra program pertanian berkelanjutan.

Ucapan terima kasih turut disampaikan kepada para informan penelitian, termasuk pihak-pihak yang terlibat dalam pelaksanaan dan komunikasi program pertanian berkelanjutan di Provinsi Sumatera Selatan, yang telah memberikan pandangan, pengalaman, dan informasi empiris yang relevan. Kontribusi tersebut sangat membantu penulis dalam memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai praktik komunikasi strategis humas di sektor pemerintahan,

khususnya dalam konteks pembangunan pertanian berkelanjutan.

Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang atas dukungan akademik, ketersediaan fasilitas, serta lingkungan ilmiah yang kondusif selama proses penelitian dan penulisan karya ilmiah ini.

Akhir kata, penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas dukungan moral, pemikiran, dan kontribusi yang diberikan selama proses penelitian ini berlangsung. Semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi akademik bagi pengembangan kajian komunikasi strategis humas serta menjadi referensi praktis bagi upaya mempertahankan citra positif program pertanian berkelanjutan di tingkat daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, A., Muljono, P., Las, I., & Mulyandari, R. S. H. (2020). Analisis Bentuk Komunikasi Antar Pihak Dalam Pemanfaatan Sistem Informasi Kalender Tanam Terpadu Di Kementerian Pertanian. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan*, 21(1), 39–52.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations*. Pearson Education, Inc. <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/effective-public-relations/P200000003535>
- Irdiana, E., Nurliza, & Kurniati, D. (2024). Optimalisasi komunikasi penyuluh pertanian dalam aktivitas penyuluhan. *Jurnal Penyuluhan*, 20(1), 96–114. <https://doi.org/10.25015/20202445928>
- Jefferies, F. (2003). *Public Relations*. Pearson Education Limited. <https://www.pearson.com/en-gb/subject-catalog/p/public-relations/P200000003429>
- Ledingham, J. A., & Bruning, S. D. (2000). *Public Relations as Relationship Management: A Relational Approach to the Study and Practice of Public Relations*. Lawrence Erlbaum Associates. <https://doi.org/10.4324/9781410607340>
- Moleong, L. J. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx>

- ?id=483605
- Moleong, L. J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. PT Remaja Rosdakarya.
<https://library.unpad.ac.id/unpad/content/metodology-metodologi-penelitian-kualitatif-lexy-j-moleong/>
- Pebriana, R., & Farhanissa, P. M. (2024). Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Mengoptimalkan Kinerja Sumber Daya Manusia PT. TASPEN (Persero) Palembang. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi*, 4(2).
- Purba, A. M., Hardiyanto, S., & Pamungkas, Y. B. (2023). Komunikasi pembangunan dalam pengembangan inovasi good agricultural practices. *Jurnal Kajian Agraria Dan Kedaulatan Pangan*, 2.
- Purba, A. M., Hardiyanto, S., & Pamungkas, Y. B. (2025). Komunikasi pembangunan dalam pengembangan inovasi Good Agricultural Practices. *Jurnal Kajian Agraria Dan Kedaulatan Pangan*.
<https://doi.org/10.32734/jkakp.v2i1.13399>
- Rachman, A. (2020). Peran Humas Pemerintah dalam Pengelolaan Informasi Publik di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 18(2), 135–148.
<https://doi.org/10.29244/jurnalkmp.18.2.135-148>
- Ramadhani, M. M., & Rawali, S. (2025). Strategi komunikasi implementasi program YESS terhadap pengembangan pertanian di Kabupaten Hulu Sungai Selatan. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, 20(2), 245–264.
<https://doi.org/10.47441/jkp.v20i2.459>
- Ruslan, R. (2018). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. RajaGrafindo Persada.
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1234862>
- Shafira, A. (2024). Strategi Komunikasi Kehumasan Dinas Pertanian Dan Ketahanan Pangan DIY Dalam Mensosialisasikan Gerakan Selamatkan Pangan. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 9(3), 671–685.
- Solimin, S. (2023). Public relations communication strategies in improving regional image (Study of Lubuklinggau City Regional Government Public Relations). *Jurnal Khabar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 5(2), 129–147.
<https://doi.org/10.37092/khabar.v5i2.671>
- Widyastuti, D., & Harjito, D. (2019). Pemanfaatan Media Sosial oleh Humas Pemerintah Daerah dalam Meningkatkan Citra Positif Lembaga. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(2), 97–110.
<https://doi.org/10.31315/jik.v16i2.3115>