



## Membangun Citra Organisasi: Studi Kasus Kantor Wali Nagari Talang Babungo Kabupaten Solok

### Building Organizational Image: A Case Study of the Office of the Mayor of Talang Babungo, Solok Regency

Trany Septirahayu Putri\*, Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Andalas, Indonesia

Rahmi Surya Dewi, Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Andalas, Indonesia

Asmawi, Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Andalas, Indonesia

#### ABSTRACT

The aim of this research is to describe organizational communication and analyze image formation at the Wali Nagari Talang Babungo Office using qualitative research methods within the constructivist paradigm and analyzing it through the lens of Organizational Control theory. The study reveals that organizational communication within the Talang Babungo mayor's office encompasses both internal and external interactions. Internally, communication processes are continuous and are facilitated by the use of digital technology. Externally, communication occurs during service delivery and community engagement activities, involving both community members and *nagari* officials who actively participate in various events and sustainable development initiatives in Nagari Talang Babungo. Efforts to shape the organizational image are evident through the implementation of work processes, service delivery, and development initiatives. These efforts contribute to the positive perception of the Wali Nagari Talang Babungo Office within the community, enhancing its reputation and fostering trust among stakeholders.

#### ARTICLE HISTORY

Received 01/12/2023  
Revised 14/12/2023  
Accepted 30/12/2023  
Published 11/03/2024

#### KEYWORDS

Organizational communication; organizational image; Nagari Talang Babungo; Wali Nagari.

#### \*CORRESPONDENCE AUTHOR

✉ [tranybie@gmail.com](mailto:tranybie@gmail.com)

DOI: <https://doi.org/10.30743/mkd.v8i1.8616>

## PENDAHULUAN

Kepemimpinan dalam komunikasi organisasi sangatlah penting karena keberadaan pimpinan menjadi salah satu ujung tombak dari keberhasilan dalam berorganisasi (Zahara, 2018). Suatu organisasi perlu memiliki reputasi dan citra yang positif terhadap *stakeholder* atau mereka yang bekerja sama dengan organisasi terkait agar reputasi organisasi dalam pandangan masyarakat tetap terjaga dengan baik (Gibson, 2000; Torang, 2014). Menjaga citra yang baik dalam suatu instansi, bidang yang menjadi penanggungjawabnya hubungan masyarakat (humas). Humas menjadi garda terdepan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat (Mahanani et al., 2020). Humas (*public relation*) mempunyai kewajiban untuk meningkatkan citra dan reputasi organisasi sehingga tercipta kepercayaan masyarakat terhadap organisasi (Lubis, 2012). Pada umumnya hubungan masyarakat terdapat di perusahaan-perusahaan besar namun tidak sampai ke bagian kecil dari pemerintahan, seperti yang terjadi pada pemerintahan nagari Talang Babungo Kabupaten Solok.

Pemerintahan nagari Talang Babungo mengalami masa-masa krisis pada tahun 2018 akhir hingga 2019 awal. Krisis bermula ketika terjadinya kasus korupsi yang melibatkan wali nagari dan bendahara nagari nya pada saat itu. Sejumlah kejanggalan terkait penggunaan dana desa terungkap dan bermuara di Kejaksaan Negeri Solok (Asmaini, 2019). Sehingga untuk menjalankan pemerintahan dan komunikasi dengan masyarakat setempat menjadi terhambat. Akibatnya komunikasi eksternal dari organisasi tersebut tidak dijalankan dengan baik. Seharusnya dalam organisasi setidaknya melakukan komunikasi internal dan komunikasi eksternal yang menyangkut dengan orang-orang yang berada di luar organisasi seperti masyarakat (Kuswarno, 2001; Ruliana, 2018).

Hal yang membedakan komunikasi di dalam organisasi dan komunikasi di luar organisasi adalah struktur hierarki yang merupakan karakteristik dari setiap organisasi (Kuswarno, [2001](#)). Menelisik dari sejarah kantor wali Nagari Talang Babungo ini, kasus yang terjadi tersebut merupakan hal pertama yang terjadi di nagari itu sehingga isu dan berita terkait kasus korupsi ini sangat cepat menyebar di masyarakat. Kejadian tersebut tentu membuat publik sangat *aware* terhadap pekerja dan calon pengganti kepala Nagarnya. Pada saat itu, kantor wali nagari sangat jatuh dan mengalami keterpurukan dalam hal kepercayaan publik. Yang dipicu dengan keadaan masyarakat desa yang sangat sulit untuk dipengaruhi karena terlalu kental dengan adat yang ada di nagarnya.

Organisasi dengan segala bentuk kegiatannya akan melibatkan komunikasi untuk bertukar pesan dalam memperoleh tujuan utama dari kegiatan organisasi tersebut, serta menciptakan hubungan yang baik tidak hanya dengan internalnya saja, namun juga dengan hubungan eksternal seperti dari perusahaan atau masyarakat sekitar (Ardianto, [2011](#)). Komunikasi organisasi yang dijalankan di kantor Wali Nagari Talang Babungo sebagai wadah dalam mewujudkan harapan-harapan baru bagi nagari. Sebagai tempat untuk melayani dan membimbing masyarakat, setiap yang bekerja dan berperan di dalam wilayah Kantor Wali Nagari Talang Babungo harus membentuk suatu komunikasi yang baik dan menjadi ujung tombak di mana komunikasi selalu dikedepankan untuk meningkatkan kualitas seluruh lapisan masyarakat. Formulasi dan perwujudan prosedur dan kebijakan (*policy*) organisasi atas komunikasi organisasi yang dilaksanakan oleh lembaga dengan publik, mengoordinasikan program-program komunikasi antara organisasi dengan publik, mengembangkan hubungan melalui proses komunikasi, mengembangkan sikap dan hubungan positif antara organisasi dengan publik (Kulsum & Muhid, [2022](#)).

Berdasarkan observasi awal yang di lakukan, Kantor Wali Nagari Talang Babungo melakukan komunikasi secara langsung dengan publik internal dan eksternalnya. Dalam membangun citra dan reputasi yang baik, wali nagari dibantu oleh seluruh karyawan dan staf yang bekerja untuk melakukan hal yang sama, agar publik percaya dengan yang telah dilakukan oleh pemerintahannya sekarang. Serta membentuk gebrakan baru seperti membangun tempat-tempat wisata untuk meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar dan banyak melakukan kegiatan berdampak bagi masyarakat Nagari Talang Babungo. Serta membentuk Badan Usaha Milik Nagari yang telah dilirik hingga nasional.

Komunikasi organisasi yang berjalan dengan baik, sangat mempengaruhi keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuannya (Silviani, [2020](#)). Dalam dunia kerja, komunikasi merupakan hal yang sangat penting, baik dalam organisasi, perusahaan, maupun instansi pemerintahan (Mulyana, [2022](#)). Khususnya untuk meningkatkan produktivitas sumber daya manusia. Di samping itu, sumber daya manusia juga penentu untuk tercapainya keberhasilan suatu usaha (Masmuh, [2010](#)). Oleh sebab itu dibutuhkan pengurus yang mampu berprestasi, mempunyai produktivitas tinggi, bersemangat kerja tinggi, setia dan mau bekerja sebaik mungkin demi kepentingan organisasi (Iskandar, [2021](#)). Kepercayaan yang baik dimata masyarakat merupakan salah satu yang terpenting bagi eksistensi sebuah perusahaan. Pada era persaingan sekarang ini, bukan publik yang membutuhkan perusahaan, tetapi perusahaan yang butuh publik (Istighfarin & Yuliani, [2020](#)).

Menurut Katz dan Kahn komunikasi organisasi merupakan arus pertukaran informasi dan simbol/makna dari individu ke individu lain ataupun individu ke kelompok dalam suatu organisasi (Rohim, [2016](#)). Sedangkan menurut Thayer, komunikasi organisasi merupakan arus data yang akan melayani komunikasi organisasi dan proses interkomunikasi dalam beberapa cara (Thayer, [1968](#)). Thayer menyebut minimal ada tiga sistem komunikasi dalam organisasi. Pertama terkait kerja organisasi seperti tugas-tugas operasional organisasi; kedua berkaitan dengan manajemen organisasi seperti peraturan, perintah, dan petunjuk; ketiga berkenaan dengan pemeliharaan dan pengembangan organisasi, seperti hubungan dengan personal maupun *stakeholder* yang menjadi publik organisasi. Komunikasi dalam organisasi terjadi pada setiap unit-unit dari organisasi tersebut,

komunikasi itulah yang akan menghubungkan setiap unit dalam suatu organisasi dan apa pun bentuk kegiatannya akan selalu melibatkan komunikasi (Effendy, [2019](#)). Seperti pengertian organisasi bahwa organisasi itu merupakan sekumpulan orang yang bekerja sama dan mutlak dibutuhkan komunikasi antar individu yang terlibat dalam proses kerja sama tersebut (Soemirat, [2007](#)).

Komunikasi dalam suatu organisasi menurut pengertian di atas dapat dianalisis bahwa tali penghubung antara satu orang dengan orang lainnya dalam suatu organisasi. hal-hal yang menjadi bahan untuk terjadinya komunikasi tersebut berbagai macam (Richard & Turner, [2008](#)). Seperti terkait peraturan organisasi, perintah yang diberikan oleh atasan ke pada bawahannya, petunjuk atau informasi lainnya yang berkaitan dengan pekerjaan masing-masing. Di samping itu komunikasi merupakan alat yang digunakan setiap anggota untuk melancarkan misi dan tujuan dalam organisasinya (Zahara, [2018](#)). Arus informasi dan data akan berjalan jika suatu komunikasi organisasi tersebut berjalan secara terus menerus dan menyambung.

Komunikasi organisasi secara umum dibagi menjadi dua macam yakni komunikasi formal dan informal (Mulawarman & Rosilawati, [2014](#)). Komunikasi formal itu dibagi menjadi tiga macam, yakni: (1) komunikasi atas ke bawah; (2) komunikasi bawah ke atas; (3) komunikasi sejajar. Komunikasi ini mengalir, tidak ada jarak antara pimpinan bawahan yang terjadi adalah kesatuan. Dalam membangun citra yang baik setiap unit dalam organisasi harus mempunyai peran di dalam organisasi maupun di luar organisasinya. Menganalisis komunikasi dan pembentukan citra dalam sebuah organisasi tidaklah mudah, memerlukan informasi yang valid dan narasumber yang tepat. Pada dasarnya, komunikasi organisasi dalam perusahaan merupakan hal yang sangat penting dalam membentuk dan menumbuhkan citra yang baik bagi perusahaan, sehingga dengan komunikasi organisasi yang baik akan berpengaruh pula terhadap hubungan antara perusahaan dengan konsumennya. Dengan demikian, jika sudah terciptanya hubungan yang baik antara perusahaan dengan konsumennya, maka citra positif akan terbangun (Rachman & Barmawi, [2019](#)).

Menangani krisis kepercayaan masyarakat, pemerintahan nagari Talang Babungo harus mempersiapkan strategi yang profesional dalam menjalankan roda pemerintahannya. Memperkuat organisasi dari dalam terlebih dahulu dan keluar organisasi. Komunikasi internal organisasi merupakan salah satu cara untuk menyamakan informasi yang ada, membentuk internal organisasi yang baik dan menjaga komunikasi antar sesama anggota di dalam organisasi. Komunikasi eksternal organisasi meliputi komunikasi dari anggota pemerintahan nagari kepada masyarakat atau *stakeholder*, komunikasi eksternal inilah yang akan membentuk bagaimana respons dan pandangan masyarakat terhadap pemerintahan nagari saat ini (Alipi, [2019](#)).

Ketika krisis terjadi, organisasi akan mengalami situasi berbeda sehingga menyebabkan beberapa hal akan berubah secara spontan. Situasi seperti ini jika tidak segera ditangani dengan cepat dan tepat akan memberikan dampak yang negatif terhadap organisasi (Siregar & Haeirina, [2021](#)). Menangani permasalahan tersebut peran penting *public relations* sangat dibutuhkan karena pada dasarnya tugas bertujuan untuk menciptakan komunikasi antara masyarakat dan organisasi (Fitriani & Mulyana, [2021](#)). Citra dan kepercayaan yang baik di mata masyarakat merupakan salah satu bagian yang terpenting bagi eksistensi sebuah perusahaan (Sunarto & Adzani, [2022](#)).

Dalam organisasi, prosedur dan kinerja setiap karyawan akan terlihat pada komunikasi antar unit-unit yang ada di dalamnya. Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, di pemerintahan nagari Talang Babungo belum memiliki staf khusus yang bekerja pada bidang hubungan masyarakat atau *public relation* nya. Untuk membentuk dan mengembalikan citra yang baik terhadap pemerintahan nagari, maka perlu kerja sama tim atau *teamwork* dalam organisasi ini.

Gassing dalam bukunya "*publik relation*" memaparkan diagram proses pembentukan citra menurut John Nimpoeno (Ardianto, [2011](#)). Menurut diagram pembentukan citra tersebut menunjukkan bagaimana proses rangsangan eksternal diatur dan memengaruhi respons. Stimulus yang diberikan kepada individu dapat diterima atau ditolak. Proses pembentukan citra tersebut pada akhirnya akan menimbulkan sikap, pendapat, reaksi atau perilaku tertentu. Apabila citra telah terbangun maka akan mudah untuk membangun reputasi dari perusahaan. Dapat kita simpulkan bahwa reputasi untuk mendapatkan citra yang positif merupakan suatu hal penting, di mana reputasi dapat menjamin kredibilitas dari sebuah perusahaan atau organisasi.

Reputasi sendiri tidak dapat dibentuk secara instan. Perlu waktu dan kerja keras untuk menunjukkan performa terbaik. Reputasi juga tidak dapat dengan cepat tersebar dan diketahui oleh seluruh masyarakat. Maka diperlukannya kerja keras dari perusahaan. Dalam konteks ini, pemerintahan desa harus bekerja keras untuk membentuk reputasi yang baik itu. Citra merupakan salah satu aset penting bagi organisasi yang selayaknya harus terus menerus dibangun dan dipelihara (Ayudia & Wulandari, [2021](#)). Perusahaan yang memiliki citra positif merupakan salah satu nilai unggul yang dimiliki oleh suatu perusahaan, yaitu dapat menarik para investor dalam menjalin hubungan kerja sama untuk membangun perusahaan yang lebih baik, secara otomatis akan semakin kuat dalam menghadapi persaingan dan kinerja antar perusahaan, sehingga dengan demikian akan mempermudah perusahaan untuk dapat membangun relasi secara luas (Saktiani, [2015](#)).

Teori yang dikemukakan oleh Littlejohn mengajukan gagasan yang bermanfaat terhadap komunikasi organisasi. Ia juga menjelaskan teori ini membahas cara komunikasi biasa membentuk kendali atas pegawai (Littlejohn et al., [2021](#)). Ada empat kendali yang dinyatakan dalam komunikasi organisasi:

- a) Kendali sederhana (*simple control*) ialah penggunaan kekuasaan yang langsung dan terbuka. Pengawasan ini menjadi dasar dalam sebuah perusahaan yang dilakukan oleh atasan kepada bawahannya.
- b) Kendali teknis (*technical control*) atau penggunaan teknologi dan alat-alat lainnya. Pengawasan yang menggunakan peralatan atau teknologi seperti telepon seluler yang dipergunakan untuk urusan pekerjaan. Kemudian hal ini juga memudahkan dalam penyebaran informasi dalam perusahaan agar yang disampaikan akan lebih cepat dan efisien. Pertukaran informasi antara anggota atau karyawan perusahaan dapat terjaga dengan baik.
- c) Kendali birokrasi ialah bentuk pengawasan yang menggunakan prosedur organisasi dan aturan-aturan formal. Setiap karyawan atau pegawai harus mengikuti kebijakan yang telah diterapkan di dalam perusahaan.
- d) Kendali konsertif adalah pengawasan yang dilakukan antar karyawan dalam bidang organisasi. Penggunaan hubungan interpersonal dan kerja sama tim sebagai sebuah cara untuk mengendalikan perusahaan dan karyawan. Ini merupakan bentuk kendali yang sederhana karena mengandalkan pada realitas dan nilai-nilai yang berlaku bersama antar karyawan.

Dari penjelasan yang diberikan di atas dapat dikatakan bahwa komunikasi organisasi dalam sebuah instansi dalam membentuk beberapa hal. Komunikasi tersebut dapat dibagi ke dalam beberapa kendali di antaranya terkait bagaimana penggunaan kekuasaan yang terbuka, hal ini yang menjadi dasar dalam sebuah perusahaan atau organisasi yang dilakukan antara atasan dan bawahan. Kemudian penggunaan teknologi yang dapat mengatur arus informasi terkini serta untuk mempermudah dalam penyebaran informasi dalam perusahaan atau organisasi agar lebih cepat dan efisien. Kemudian bentuk pengawasan yang dilakukan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan dalam organisasi atau perusahaan tersebut. Terakhir, pengawasan yang dilakukan antar sesama karyawan dalam bidang organisasi yang berhubungan dengan interpersonal dan kerja sama tim hal ini merupakan salah satu cara mengendalikan organisasi dalam organisasi.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam terhadap objek yang akan diteliti (Sugiyono, [2017](#)). Pendekatan studi kasus merupakan metode penelitian yang menggunakan berbagai sumber data yang bisa digunakan untuk meneliti, menjelaskan dan menguraikan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program atau peristiwa secara sistematis (Kriyantono, [2014](#)). Pengerjaan studi kasus mencakup suatu situasi yang secara keseluruhan berbeda. Untuk mewawancarai orang-orang kunci, peneliti harus menyediakan waktu untuk memperoleh kesediaan dan jadwal orang yang diwawancarai, bukan bagi tim peneliti. Wawancara tersebut hakikatnya terbuka, dan pihak yang diwawancarai tidak harus bekerja sama secara penuh dalam menjawab pertanyaan (Yin, [2002](#)).

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme ini bersifat reflektif dan dialektika. Antara peneliti dengan subjek yang diteliti perlu diciptakan rasa empati dan interaksi dialektis untuk merekonstruksi realitas yang diteliti melalui metode kualitatif wawancara mendalam dan observasi partisipasi. Paradigma konstruktivisme memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas natural namun terbentuk dari hasil konstruksi (Deddy, [2001](#)). Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* mencakup orang-orang yang diseleksi berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang sudah ditentukan oleh peneliti berdasarkan tujuan penelitian (Creswell, [2019](#)). Peneliti mengambil tiga kriteria informan yaitu: (1) wali nagari / kepala desa yang menjabat setelah kasus terjadi; (2) Karyawan ataupun staf yang bekerja di kantor Wali Nagari Talang Babungo dari tahun 2019-2025 atau hingga habis masa jabatan; (3) Masyarakat / warga asli nagari Talang Babungo yang memahami isu yang terjadi. Adapun tempat penelitian yang peneliti lakukan yaitu di kantor Wali Nagari Talang Babungo atau di Nagari Talang yang di mana lokasi ini merupakan daerah terjadinya kasus korupsi tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kantor Wali Nagari merupakan salah satu kantor pemerintahan yang ada di lingkup desa atau nagari. Kantor wali ini salah satu perpanjangan dari daerah terkait dengan informasi pemerintahan, pelayanan publik serta hal lain yang berkaitan dengan pemerintahan. Setiap kantor pemerintahan harus memiliki predikat yang baik dan positif di mata publiknya. Namun pada tahun 2019 kantor Wali Nagari Talang Babungo mendapati permasalahan korupsi atau keuangan dengan masuknya Wali Nagari dan bendaharanya ke dalam penjara. Hal ini membuat kepercayaan masyarakat menurun dan citra kantor Wali Nagari ini memburuk.

Berjalannya waktu, sebagai bentuk dari kemajuan dan perubahan yang ada di kantor pemerintahan ini. Banyak hal yang membuat dan menumbuhkan rasa percaya masyarakat. Dengan adanya Wali Nagari baru, maka kebutuhan masyarakat terkait pelayanan, informasi dan hal lainnya harus terpenuhi. Begitulah cara yang harus dilakukan oleh suatu kantor pemerintahan untuk mengambil hati dan mengembalikan kepercayaan masyarakat kembali terutama memperkuat di dalam organisasi tersebut lebih dahulu.

Terhitung sudah hampir empat tahun kasus berlalu begitu juga dengan kepemimpinan Wali Nagari Talang Babungo, terlihat sudah banyak inovasi yang dilakukan untuk memperbaiki citra di masyarakat. Namun hal yang paling menjadi pengingat adalah memperbaiki kinerja seluruh staf yang ada di lingkup kantor pemerintahan desa ini. Menjalankan roda pemerintahan sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan, memberikan kesempatan kepada seluruh staf untuk meng-*upgrade* ilmu dengan adanya pelatihan-pelatihan yang sesuai dengan pekerjaan mereka, memberikan sosialisasi kepada masyarakat terkait kegiatan dan hal yang sedang dilakukan oleh pemerintahan saat ini dan

yang paling penting adalah menguatkan komunikasi di dalam organisasi (UA, Sekretaris Nagari, 10 Oktober 2023).

Komunikasi organisasi yang dijalankan di kantor pemerintahan nagari Talang Babungo ini terjadi secara berkelanjutan. Dapat dianalisis bahwa, komunikasi yang terjadi berbentuk komunikasi ke atas yaitu komunikasi antara bawahan kepada atasannya, kemudian komunikasi ke bawah yaitu komunikasi antara atasan kepada bawahannya dan komunikasi yang terjadi antara sesama karyawan (Ruliana, [2018](#)).

### **Pembenahan dan Penataan Anggota Pemerintahan Nagari**

Pemerintahan desa ini dimulai dengan memberikan kesempatan kepada seluruh staf untuk berkembang. Hal ini bertujuan untuk mengetahui kemampuan yang dimiliki oleh karyawan agar tidak terjadi rasa kepemilikan terhadap jabatan. Karena jika dilihat dari atmosfer desa, kantor wali ini sangat rentan untuk dijadikan tempat bekerja secara santai namun setelah terjadi kasus tersebut banyak hal yang diubah untuk memajukan kantor pemerintahan desa ini. Pembetulan yang dilakukan di kantor Wali Nagari Talang Babungo ini dimulai dari melakukan perubahan pada posisi-posisi karyawan atau *rolling* jabatan (HR, Wali Nagari Talang Babungo, 10 Oktober 2023). Sebelum hal itu dilaksanakan diadakan wawancara atau diskusi tatap muka dengan masing-masing karyawan untuk mengetahui kemampuan dari karyawan tersebut. Kemudian memberikan seluas luasnya kesempatan kepada seluruh staf untuk mengutarakan pendapat agar bisa menjadi masukan ke depannya. Kemudian membuat standar operasional prosedur untuk pemerintahan di kantor Wali Nagari Talang Babungo, dilakukan untuk membuat aturan yang mengikat seluruh karyawan. Pelajaran dari tahun-tahun sebelumnya, peraturan yang dibuat hanya sekedar pajangan tidak ada yang mematuhi, untuk selanjutnya pada kepemimpinan Wali Nagari Talang Babungo saat ini sudah dilaksanakan; seperti aturan jam masuk dan pulang kantor, pelayanan dan informasi keluar yang diberikan untuk masyarakat.

Pembetulan selanjutnya pada fisik kantor Wali Nagari Talang Babungo, dengan adanya penambahan teknologi dan pembangunan di nagari yang melibatkan masyarakat setempat. Pada teknologi, pemerintahan Wali Nagari Talang Babungo sangat memanfaatkan media yang sedang *high* sekarang seperti Youtube, Whatsapp, Facebook dan laman web milik nagari. Agar seluruh informasi dapat diterima oleh berbagai lapisan masyarakat dan mereka dapat menilai hal apa pun yang terjadi di pemerintahan nagari Talang Babungo (FK, Kasi Pelayanan, 10 Oktober 2023).

### **Pemerintahan Nagari Talang Babungo menjadi Nagari yang Aktif**

Setelah dilakukannya pembetulan terhadap seluruh karyawan dan fisik yang ada di Kantor Wali Nagari Talang Babungo, pemerintahan desa ini melakukan banyak kegiatan dan inovasi yang dapat menunjang indeks desanya. Inovasi-inovasi tersebut tentu harus melibatkan masyarakat dalam kegiatannya. Seperti yang telah dilaksanakan selama lebih kurang tiga tahun berjalan yaitu adanya BUMNag (Badan Usaha Milik Nagari) yang menghasilkan kain *ecoprint*, kegiatan pembuatan *ecoprint* ini melibatkan setidaknya setiap ibu-ibu PKK yang ada di lingkup nagari Talang Babungo. kemudian pariwisata yang diresmikan langsung oleh pak wakil gubernur yaitu geowisata Pincuran Puti yang terletak di jorong Kayu Janguik nagari Talang Babungo dalam hal pengelolaannya yaitu BUMNag. Seterusnya dalam hal kegiatan perlombaan yang mendapatkan berbagai penghargaan desa wisata kemudian penghargaan Duta Bumdes yang diraih oleh Wali Nagarinya. Kegiatan lain yang memberikan dampak baik kepada masyarakat yaitu penilaian jorong rancak, perlombaan PKK, UMKM, dan pariwisata (HR, Wali Nagari Talang Babungo, 10 Oktober 23).

Membuat inovasi pada masa saat setelah terjadinya penurunan kepercayaan masyarakat tidaklah mudah. Pro dan kontra akan selalu beriringan, namun setiap jalan yang dilakukan dengan serius dan bernilai maka akan mendapatkan hasil yang baik pula. Inilah yang dirasakan oleh pemerintahan Nagari Talang Babungo saat ini, memberikan banyak perubahan untuk masyarakat namun seiring banyak yang menyukai tentu juga ada yang tidak menyukai. Setelah dilakukan pendalaman di daerah

tersebut, maka hal itu memang biasa terjadi karena struktur masyarakat yang saling berkaitan satu dengan lainnya. Namun tidak menutup kemungkinan, pemerintahan nagari Talang Babungo saat ini sudah mulai merangkak naik untuk mendapatkan predikat yang bagus di mata masyarakat.

Berbagai penghargaan yang didapat mulai dari luar kantor wali begitu pun di dalam organisasi tersebut. Yang paling penting saat ini untuk memupuk kepercayaan masyarakat kembali adalah masalah transparansi keuangan. Untuk membuktikannya pemerintahan nagari Talang Babungo saat ini juga mendapatkan penghargaan terkait tata pengelola keuangan oleh pemerintah daerah dan nagari anti korupsi serta penggunaan non tunai di pemerintahan nagari yang pertama kali dilakukan di kabupaten Solok. Hal tersebut di atas, sudah menunjukkan keseriusan para staf dan orang-orang yang bekerja di lingkup Nagari Talang Babungo untuk membawa kembali marwah yang sudah gelap. Pada indeks desa, nagari Talang Babungo juga sudah berada di zona hijau atau aman (YY, Bendahara Nagari, 11 Oktober 2023).

### **Pemerintahan Nagari Talang Babungo di Mata Masyarakat**

Menumbuhkan citra memerlukan pandangan masyarakat terhadap pemerintahan nagari Talang Babungo saat ini. Dari penelitian yang penulis lakukan di Nagari Talang Babungo ada beberapa hal yang menjadi catatan penulis dalam hal citra ini; pertama, citra tidak dapat dibentuk secara instan perlu proses yang panjang dalam meraih hati masyarakat setempat. Pemerintahan Nagari Talang Babungo juga berlaku demikian, melakukan banyak pembenahan, inovasi, dan kerja sama dengan masyarakat untuk memperbaiki segala hal yang rusak. Saling bahu membahu untuk melakukan yang terbaik di pemerintahan saat ini. Dengan kurun waktu lebih kurang tiga tahun semenjak terpilih Wali Nagari baru, setidaknya banyak hal berdampak yang dapat memberikan penilaian atas kantor Wali Nagari saat ini yaitu dengan adanya usaha yang dikelola oleh nagari ini menggaet anak-anak muda untuk berpartisipasi di dalamnya, kemudian menonjolkan kepariwisataan yang mampu membuat ekonomi masyarakat sekitar meningkat dengan membuat berbagai macam usaha kelontong dan makanan-makanan kecil. Serta membuktikan kepada masyarakat adanya penilaian keuangan yang akhirnya juga mendapatkan penghargaan dari pemerintah daerah (N, Kepala Jorong, 12 Oktober 23).

Masyarakat nagari Talang Babungo sangat skeptis atau meragukan pada awalnya, namun seiring berjalannya waktu dengan berbagai penghargaan, inovasi, prestasi dan indeks nagari yang sudah berada di zona aman, masyarakat juga turut andil dalam hal itu. Mengikuti berbagai kegiatan seperti UMKM, pariwisata dan PKK yang melibatkan banyak masyarakat. Agar masyarakat juga turut merasakan kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh nagari maupun dari daerah. Masyarakat nagari Talang Babungo juga memberikan kritikan secara terbuka maupun internal dengan sesuai prosedur kepada pemerintahan nagari ditambah saat ini sudah ada teknologi yang dinamakan WA pelayanan dan pengaduan yang disediakan oleh pemerintahan nagari untuk langsung memberitahu jika ada hal yang tidak sesuai di lapangan.

### **SIMPULAN**

Perbaikan yang dilakukan oleh pemerintahan nagari Talang Babungo saat ini sudah berangsur dinilai membaik di mata masyarakatnya. Komunikasi, informasi dan pemberian pelayanan yang sesuai dengan prosedur dilaksanakan dengan sebaik mungkin oleh seluruh staf yang bekerja. Komunikasi organisasi yang dilakukan oleh pemerintahan nagari Talang Babungo terjadi secara timbal bali, baik di dalam organisasi maupun ke luar organisasi. Hal ini menunjukkan jika komunikasi sudah dapat dilakukan dengan baik oleh seluruh staf dan kepada masyarakat setempat maka untuk melaksanakan kegiatan dan transparansi keuangan bisa dilakukan dengan baik oleh pemerintahan nagari Talang Babungo. Membiasakan berkomunikasi dengan baik di dalam dan di luar kantor, saling memberikan informasi terkait pemerintahan dan isu yang berkembang dimasyarakat serta menerima saran dan kritikan untuk pemerintahan nagari. Pelayanan yang sudah melibatkan perwakilan jorong dalam pemberian informasi sebagai perpanjangan tangan pemerintahan nagari dan masyarakat yang ada pada setiap jorong. Upaya untuk membentuk citra yang baik terhadap kantor Wali Nagari Talang

Babungo tetap dilakukan terutama dengan menunjukkan kinerja yang baik dan sesuai dengan prosedur. Melakukan berbagai inovasi dan pembaharuan cara kerja di dalam organisasi tersebut. Memperbaharui cara kerja dan komunikasi agar tidak terjadi kesalahan yang berulang. Memajukan pariwisata, sektor pertanian, dan membentuk badan usaha milik nagari atau BUMDes yang sudah dikenal hingga nasional.

## REFERENSI

- Alipi, A. (2019). Komunikasi Eksternal Efektif Sebagai Kunci Keberhasilan Hubungan Masyarakat. *Ibriez : Jurnal Kependidikan Dasar Islam Berbasis Sains*, 4(1), 21–30. <https://doi.org/10.21154/ibriez.v4i1.59>
- Ardianto, E. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama Media.
- Asmaini, T. (2019). *Kejari Solok: Kasus Dana Nagari Talang Babungo Dinyatakan Lengkap*. Sumbar.Antaraneews.Com. <https://sumbar.antaraneews.com/berita/30016/kejari-solok-kasus-dana-nagari-talang-babungo-dinyatakan-lengkap>
- Ayudia, A. P., & Wulandari, S. S. (2021). Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Probolinggo. *Journal of Office Administration : Education and Practice*, 1(2), 249–268. <https://doi.org/10.26740/joaep.v1n2.p249-268>
- Creswell, J. (2019). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kwantitatif dan Campuran*. Pustaka Pelajar.
- Deddy, M. (2001). *Metode Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi & Ilmu Sosial lainnya*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2019). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Fitriani, R. S., & Mulyana, D. (2021). Peran Public Relations untuk Meningkatkan Citra Perusahaan. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 1(1), 23–26. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v1i1.56>
- Gibson, J. L. (2000). *Organisasi, Perilaku, Struktur dan Proses*. Erlangga.
- Iskandar, D. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi dalam Membangun Loyalitas Kerja Pegawai. *Persepsi: Communication Journal*, 4(1), 31–42. <https://doi.org/10.30596/PERSEPSI.V4I1.5734>
- Istighfarin, F. R., & Yuliani, M. (2020). Peran Public Relation dalam Mengembalikan Citra Perusahaan: Studi Kasus Apartemen Cinere Bellevue Suites Pasca Kebakaran Tahun 2017. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 1(12), 236–245. <https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/263>
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Prenada Media Group.
- Kulsum, U., & Muhid, A. (2022). Pendidikan Karakter melalui Pendidikan Agama Islam di Era Revolusi Digital. *Jurnal Intelektual: Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman*, 12(2), 157–170. <https://doi.org/10.33367/ji.v12i2.2287>
- Kuswarno, E. (2001). Efektivitas Komunikasi Organisasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 2(1), 55–61. <https://doi.org/10.29313/MEDIATOR.V2I1.699>
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2021). *Theories of Human Communication* (12th Edition). Waveland Press, Inc.
- Lubis, E. E. (2012). Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 12(1).
- Mahanani, F. P., Christanti, M. F., & Uljanatunnisa, U. (2020). Strategi Komunikasi Organisasi Fungsi HSSE PT Pertamina Patra Niaga dalam Menjaga Citra Perusahaan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(1), 100–111. <https://doi.org/10.32509/PUSTAKOM.V3I1.998>
- Masmuh, A. (2010). *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek*. UPT Universitas Negeri Malang.
- Mulawarman, K., & Rosilawati, Y. (2014). Komunikasi Organisasi pada Dinas Perijinan Kota Yogyakarta untuk Meningkatkan Pelayanan. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 5(1), 31–40. <https://doi.org/10.30659/jikm.5.1.31-41>
- Mulyana, D. (2022). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Rachman, Y. A., & Barmawi, B. (2019). Komunikasi Organisasi dalam Membangun Citra Positif Perusahaan. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10(1), 101–110. <https://doi.org/10.24235/orasi.v10i1.5144>
- Richard, W., & Turner, L. H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi* (M. N. Damayanti, Trans.; edisi keti). Salemba Humanika.
- Rohim, S. (2016). *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam dan Aplikasi Edisi Revisi*.
- Ruliana, P. (2018). *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*.

- Saktiani, G. A. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Word of Mouth. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 4(2), 342–349. <https://doi.org/10.33366/JISIP.V4I2.114>
- Silviani, I. (2020). *Komunikasi Organisasi*. PT. Scopindo Media Pustaka.
- Siregar, I. K., & Haerina, K. P. (2021). Komunikasi Krisis PT. Jouska Finansial Indonesia dalam Pemulihan Citra Perusahaan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v4i1.1301>
- Soemirat, S. dan A. E. (2007). *Dasar-Dasar Publik Relation*. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunarto, S. A., & Adzani, D. P. (2022). Strategi Public Relation Eiger dalam Pemulihan Citra. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan*, 4(2). <https://doi.org/10.31599/komaskam.v4i2.1881>
- Thayer, L. O. (1968). *Communication and Communication Systems in Organization, Management and Interpersonal Relations (The Irwin Series In Management)*. Richard D. Irwin. Inc.
- Torang, S. (2014). *Organisasi & Manajemen (Perilaku, Struktur, Budaya & Perubahan Organisasi)*. Alfabeta.
- Yin, R. K. (2002). *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Raja Grafindo Persada.
- Zahara, E. (2018). Peranan Komunikasi Organisasi bagi Pimpinan Organisasi. *Warta Dharmawangsa*, 1(56), 1829–7463. <https://doi.org/10.46576/WDW.Vol156.8>

### Daftar Informan

- 1) Hafizur Rahman (HR), 41 tahun, Wali Nagari Talang Babungo, Talang Babungo, 10 Oktober 2023.
- 2) Ulil Amri (UA), 35 Tahun, Sekretaris Nagari Talang Babungo, Talang Babungo, 12 Oktober 2023.
- 3) Fajrul Khalil (FK), 30 Tahun, Kasie Pelayanan, Talang Babungo, 10 Oktober 2023.
- 4) Yasni Yarni (YY), 46 Tahun, Bendahara Nagari, Talang Babungo, 12 Oktober 2023.
- 5) Nelfiadi (N), 45 Tahun, Kepala Jorong, Talang Babungo, 12 Oktober 2023.