Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
5 (3) 2025, Page: 38182-38192

Peran Public Relations Dalam Membangun Citra Uptd Panti Sosial Rehabilitas Penyandang Disabilitas Sensorik Palembang

[1] Parjan Arnanda, [2] Handi Afriansyah
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
Jl.Prof.K.H.Zainal Abidin Fikri. No 1, Pahlawan, Kec, Kemuning, Kota Palembang Sumatera Selatan 30126
Email : parjanarnanda1@gmail.com,handiafriansyah13@gmail.Com

Published: Desember, 2025

ABSTRAK

UPTD Panti Sosial Rehabilitasi Penyandang Disabilitas Sensorik Palembang merupakan lembaga pemerintah yang memberikan layanan rehabilitasi dan pembinaan kemandirian bagi penyandang disabilitas sensorik. Namun, di lapangan masih ditemukan kondisi di mana panti lebih dikenal masyarakat sebagai tempat penampungan dibandingkan sebagai pusat rehabilitasi dan pemberdayaan. Berdasarkan observasi awal, aktivitas komunikasi dan publikasi lembaga belum berjalan optimal, ditandai dengan keterbatasan pengelolaan media sosial, minimnya dokumentasi kegiatan, serta belum adanya strategi komunikasi publik yang terstruktur. Kondisi ini berdampak pada rendahnya visibilitas lembaga dan belum terbentuknya citra positif di mata masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Public Relations dalam membangun citra UPTD Panti Sosial Rehabilitasi Penyandang Disabilitas Sensorik Palembang melalui praktik komunikasi publik yang dijalankan di lapangan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi dengan informan yang meliputi 2 orang pegawai yang menjalankan fungsi kehumasan, 4 orang staf panti, dan 8 orang masyarakat. guna memperoleh gambaran nyata mengenai pelaksanaan fungsi kehumasan di lembaga tersebut.

Kata Kunci: Public Relations, citra lembaga, rehabilitasi disabilitas sensorik, komunikasi publik,

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Public relations merupakan sebuah alat komunikasi di dalam sebuah perusahaan atau lembaga. Komunikasi di sini ditujukan untuk menjembatani hubungan antara organisasi yang tidak bisa berkontak langsung dengan publiksecara intensif, sehingga sebuah lembaga harus memiliki alat untuk berkomunikasi dengan publiknya. Banyak cara yang digunakan sebuah lembaga atau perusahaan untuk berkomunikasi, misalnya media sosial sebagai sarana komunikasi dua arah yang paling efektif sekarang ini. Salah satu kelebihan sosial media adalah karena keunggulannya dalam hal interaksi dua arah, sehingga sebuah lembaga dapat membuat koneksi yang baik terhadap publik dengan begitu diharapkan dapat meningkatkan citra dan apresiasi publik terhadap (Ariyanto, 2024).

Fenomena mengenai citra lembaga pelayanan sosial, khususnya panti rehabilitasi pemerintah, menjadi isu penting di Indonesia karena masih banyak masyarakat yang memiliki persepsi keliru terhadap fungsi dan perannya. UPTD Panti Sosial Rehabilitasi Penyandang Disabilitas Sensorik Palembang merupakan lembaga yang bertugas memberikan layanan rehabilitasi, pelatihan keterampilan, serta pembinaan kemandirian bagi penyandang disabilitas tunarungu dan tunanetra. Namun, berbagai penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia masih memandang panti sosial sebagai "tempat penampungan" dan bukan sebagai pusat pemberdayaan atau rehabilitasi (Suryana, 2020). Persepsi semacam ini juga ditemukan pada konteks Palembang, di mana sebagian besar masyarakat hanya

memahami panti sebagai fasilitas tinggal sementara, bukan lembaga intervensi sosial (Muhammad Fahrul Muttaqin & Ida Rindaningsih, 2024).

Fenomena tersebut menjadi penting dikaji karena citra yang keliru dapat memengaruhi tingkat kepercayaan publik, partisipasi masyarakat, serta dukungan sosial terhadap keberlanjutan program panti. Dalam konteks pelayanan sosial, citra positif lembaga berkorelasi dengan keberhasilan layanan, kemampuan menjalin kemitraan, dan peningkatan legitimasi lembaga di mata publik (Nasution, 2019). Oleh karena itu, peran Public Relations (PR) menjadi strategis untuk membangun narasi publik yang tepat mengenai siapa mereka, apa yang mereka lakukan, dan bagaimana kontribusinya bagi Masyarakat.

Salah satu tantangan utama adalah persepsi negatif masyarakat terhadap disabilitas. Sebuah studi di Indonesia menunjukkan bahwa stigma sosial terhadap penyandang disabilitas fisik dapat menimbulkan "kesulitan dalam mengeksiskan diri di masyarakat" karena diskriminasi, rasa rendah diri, kecemasan, dan penolakan social (Jumilah, 2025). Di samping itu, penelitian literatur tentang inklusi bagi penyandang disabilitas di Indonesia menunjukkan bahwa meskipun regulasi dan kebijakan inklusi telah ada, pelaksanaan nyata di tingkat komunitas masih terhambat terutama karena "kurangnya infrastruktur aksesibilitas, kekurangan tenaga yang terlatih, dan stigma masyarakat terhadap difabel (Nastiar, 2025).

Dalam konteks tersebut, di mana layanan dan program rehabilitasi tersedia, tetapi akses dan partisipasi difabel dibatasi oleh stigma dan kurangnya diseminasi informasi peran lembaga rehabilitasi sosial (panti, pusat rehabilitasi) menjadi sangat krusial. Sebagai contoh, studi di Sentra Budi Perkasa Palembang menunjukkan bahwa intervensi rehabilitasi sosial dapat menumbuhkan kemandirian penyandang disabilitas: aspek tanggung-jawab, inisiatif, dan kemandirian sosial meningkat dalam program yang dijalankan pusat tersebut (Zikra & Putri, 2024).

Berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara serta dokumentasi lembaga, UPTD Panti Sosial Rehabilitasi Penyandang Disabilitas Sensorik di Palembang menyediakan berbagai macam layanan rehabilitasi sosial, yakni:

1. Fasilitas tempat tinggal sementara di asrama (boarding) untuk 10 klien yang saat ini terdaftar.
2. Pelatihan keterampilan (menjahit, penggunaan komputer, musik, dan wirausaha).
3. Pendampingan terapi mental dan spiritual Pelatihan vokasional untuk klien yang telah menyelesaikan pelatihan Konseling untuk keluarga.
4. mediasi bagi orang tua klien Kerjasama dalam pendampingan berkelanjutan setelah klien meninggalkan panti

Seorang pegawai menyatakan: "Di tempat ini, klien tidak sekadar tinggal, melainkan juga berpartisipasi dalam berbagai pelatihan. Ada terapi psikososial, pelatihan keterampilan, bahkan dukungan setelah mereka keluar dari panti". (Wawancara,20 November 2025). Informasi ini menunjukkan bahwa panti ini lebih dari sekadar tempat berlindung seperti yang selama ini dipahami masyarakat, melainkan juga sebagai pusat rehabilitasi yang aktif dalam membantu penyandang disabilitas sensorik untuk mencapai kemandirian.

Dengan demikian, penting adanya strategi komunikasi dan publikasi agar masyarakat luas memahami bahwa panti sosial atau lembaga rehabilitasi bukan sekadar "tempat penampungan," melainkan bisa menjadi ruang pemberdayaan, rehabilitasi, dan inklusi sosial. Tanpa komunikasi publik yang edukatif dan persuasif, stigma lama mudah bertahan, dan potensi rehabilitasi sosial menjadi kurang dikenal menjadikan panti sebagai "opsi terakhir" semata.

Penelitian ini bertujuan mengkaji bagaimana komunikasi publik dan publikasi kegiatan panti sosial di Palembang khususnya lembaga rehabilitasi disabilitas sensorik dapat meningkatkan visibilitas, mengubah persepsi masyarakat, dan mendukung inklusi sosial penyandang disabilitas.

Situasi Lapangan Berdasarkan observasi awal, aktivitas publikasi dan komunikasi di UPTD Panti Sosial Rehabilitasi Penyandang Disabilitas Sensorik Palembang masih terbatas. Media sosial lembaga tidak dikelola secara intensif, dokumentasi kegiatan bersifat internal, dan kerja sama publikasi dengan media massa masih minim. Kondisi ini berdampak pada rendahnya visibilitas lembaga di ruang publik. Padahal berbagai kegiatan seperti pelatihan keterampilan, rehabilitasi, konseling psikososial, hingga program kemandirian memiliki nilai informasi yang tinggi dan membutuhkan dukungan masyarakat

Kurangnya sumber daya manusia sehingga peran humas masih terkendala dengan kekurngan sumber daya manusia, dan kurangnya kemampuan komunikasi non-verbal Bahasa isyarat bagi petugas

Celah Penelitian (Research Gap) Meskipun peran Public Relations (PR) dalam membangun citra lembaga sudah banyak di bahas dalam berbagai penelitian, mayoritas studi tersebut masih fokus pada organisasi bisnis, lembaga pemerintah di bidang pelayanan umum, atau institusi yang memiliki struktur kehumasan yang kuat. Penelitian tersebut biasanya membahas penggunaan media sosial, strategi kehumasan, serta peran PR dalam meningkatkan citra lembaga secara umum. Namun, penelitian mengenai PR di lembaga sosial pemerintah yang bersifat pelayanan khusus, seperti UPTD Panti Sosial Rehabilitasi Penyandang Disabilitas Sensorik Palembang, masih sangat terbatas (Cahyanti & Rohimi, 2024). Keterbatasan penelitian ini semakin jelas karena panti sosial sebagai lembaga rehabilitasi memiliki cara komunikasi yang berbeda dari organisasi lain.

Lembaga ini tidak hanya memberikan pelayanan, tetapi juga bertugas mengedukasi masyarakat, mengurangi stigma terhadap disabilitas, serta membangun kepercayaan publik terhadap program rehabilitasi. Meskipun begitu, riset yang mengkaji bagaimana praktik PR di lembaga seperti panti sosial dijalankan, terutama dalam upaya membangun citra lembaga di mata masyarakat, masih sangat minim.

Penelitian ini bertujuan mengkaji bagaimana komunikasi publik dan publikasi kegiatan panti sosial di Palembang khususnya lembaga rehabilitasi disabilitas sensorik dapat meningkatkan visibilitas, mengubah persepsi masyarakat, dan mendukung inklusi sosial penyandang disabilitas. Dengan demikian, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut, mendeskripsikan fenomena secara mendalam, dan memberikan pemahaman baru mengenai dinamika komunikasi publik dalam lembaga sosial.

Penelitian ini menggunakan Teori citra yang menjelaskan bahwa citra organisasi merupakan gambaran mental atau persepsi yang terbentuk di benak publik sebagai hasil dari informasi, pengalaman, serta interaksi yang diterima secara berulang terhadap suatu lembaga. Citra tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses komunikasi yang berlangsung terus-menerus, baik melalui pesan yang disampaikan, simbol visual, perilaku organisasi, maupun pengalaman langsung masyarakat. Dalam konteks lembaga pelayanan sosial, citra memiliki peran penting karena berhubungan langsung dengan tingkat kepercayaan, penerimaan, serta dukungan masyarakat terhadap keberadaan dan program lembaga tersebut.

Dalam penelitian ini, citra lembaga dipahami sebagai persepsi masyarakat terhadap UPTD Panti Sosial Rehabilitasi Penyandang Disabilitas Sensorik Palembang sebagai lembaga rehabilitasi dan pemberdayaan. Citra tersebut menjadi sangat krusial karena dapat memengaruhi pandangan masyarakat, keluarga penerima layanan, serta mitra terhadap fungsi dan kualitas layanan yang diberikan. Oleh karena itu, teori citra digunakan untuk memahami bagaimana persepsi publik terbentuk melalui aktivitas komunikasi dan publikasi yang dilakukan lembaga**.** Menurut Bill Canton Citra merupakan suatu kesan yang tercipta dari pandangan, bentuk, dan pengalaman yang membangun pendapat khalayak untuk membentuk suatu reputasi yang baik kepada perusahaan (Canton, 2022).

Dalam ranah lembaga yang menyediakan layanan sosial, citra mempunyai peranan krusial karena berkaitan langsung dengan seberapa besar kepercayaan, penerimaan, dan dukungan dari masyarakat terhadap lembaga dan program yang ada. Citra yang baik akan memberikan keuntungan strategis bagi suatu organisasi, termasuk meningkatkan kepercayaan dari publik, memperkuat legitimasi sosial, dan mempermudah organisasi dalam berinteraksi dengan para pemangku kepentingan (Ruslan, 2013).

Indikator citra lembaga dalam penelitian ini meliputi:

1. pemahaman masyarakat terhadap fungsi dan peran UPTD
2. tingkat kepercayaan publik terhadap Lembaga
3. persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan dan program rehabilitasi
4. Penerimaan dan dukungan sosial masyarakat terhadap keberadaan lembaga.

Dengan melihat kondisi tersebut, penelitian ini memandang bahwa peran Public Relations di UPTD Panti Sosial Rehabilitasi Penyandang Disabilitas Sensorik Palembang memiliki posisi strategis dalam membentuk persepsi publik, terutama karena lembaga sosial sangat bergantung pada kepercayaan masyarakat sebagai dasar legitimasi layanan. Citra yang positif dapat meningkatkan penerimaan publik,

memperkuat dukungan moral maupun material, serta membangun hubungan yang lebih harmonis antara panti, keluarga penerima layanan, dan masyarakat luas. Pandangan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menegaskan bahwa "fungsi komunikasi korporat yang dikelola PR memiliki pengaruh langsung terhadap pembentukan citra perusahaan di mata publik." (Atthariq et al., 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam peran Public Relations dalam membangun citra UPTD Panti Sosial Rehabilitasi Penyandang Disabilitas Sensorik Palembang. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menggambarkan fenomena komunikasi, praktik kehumasan, serta persepsi publik sebagaimana terjadi di lapangan.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan yang meliputi 2 orang pegawai yang menjalankan fungsi kehumasan, 4 orang staf panti, dan 8 orang masyarakat yang menerima pelayanan. Data sekunder diperoleh dari dokumen lembaga, arsip kegiatan, media sosial resmi panti, foto dokumentasi, serta literatur yang relevan dengan penelitian.

wawancara dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh data mendalam mengenai pengalaman, persepsi, motivasi, dan pandangan para informan termasuk tim PR, pengelola panti, penghuni atau keluarga, dan pihak terkait lannya. "interviewing is the most common method of data collection in qualitative research for obtaining in-depth information" (Jamshed, 2014).

Teknik analisis informasi menggunakan pendekatan yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman, yang meliputi Pengurangan data memilih informasi wawancara, dokumen, dan pengamatan yang berhubungan dengan indikator teori citra. Penyampaian data mengorganisir informasi ke dalam tabel tema, kategori, dan pola temuan (citra, layanan, publikasi, media sosial). Kesimpulan, merumuskan interpretasi teoretis berdasarkan indikator citra dan peran PR. Pendekatan ini dipilih karena cocok dengan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memahami lebih dalam fenomena sosial (Huberman, 2024).

PEMBAHASAN

Pembahasan mengenai konten dan sosialisasi melalui media dalam penelitian ini tidak bisa dipisahkan dari latar belakang masalah yang ditemukan di lapangan. Mulai dari tahap observasi awal, peneliti menemukan bahwa rendahnya pemahaman masyarakat tentang peran UPTD Panti Sosial Rehabilitasi Penyandang Disabilitas Sensorik Palembang terkait erat dengan minimnya konten edukatif dan publikasi kegiatan lembaga. Situasi ini memperkuat latar belakang penelitian yang menyatakan bahwa panti masih dianggap hanya sebagai tempat penampungan, bukan sebagai lembaga rehabilitasi dan pemberdayaan. Dengan demikian, rendahnya pengelolaan konten media dan kegiatan sosialisasi menjadi faktor utama yang mempengaruhi gambaran lembaga di mata publik.

Temuan tersebut diperoleh dari data primer melalui wawancara mendalam dengan informan penelitian, berupa 2 pegawai yang bertugas di bidang kehumasan, 4 staf panti, dan 8 warga yang menerima pelayanan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan melalui media sosial belum terencana dengan baik, tidak rutin, serta lebih bersifat dokumentasi internal tanpa pesan edukatif yang jelas. Selain itu, sosialisasi lembaga kepada masyarakat masih terbatas dan tidak dilakukan secara berkelanjutan. Dari hasil observasi juga terlihat banyak kegiatan rehabilitasi dan pelatihan keterampilan yang memiliki nilai informasi tinggi tidak terdokumentasi secara optimal. Oleh karena itu, pembahasan mengenai konten dan sosialisasi media dalam penelitian ini didasarkan pada data primer yang menggambarkan praktik komunikasi aktual di lapangan, sekaligus memperkuat hubungan antara metode penelitian, temuan empiris, dan permasalahan citra lembaga yang diangkat dalam latar belakang penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik komunikasi publik di UPTD Panti Sosial Rehabilitasi Penyandang Disabilitas Sensorik Palembang belum berjalan secara optimal karena belum adanya strategi komunikasi yang terencana. Berdasarkan observasi dan wawancara, pemanfaatan media sosial oleh lembaga masih sangat terbatas. Unggahan konten tidak dilakukan secara rutin dan sebagian

besar hanya berupa dokumentasi internal tanpa pesan edukatif atau publikasi program rehabilitasi yang bersifat informatif. Padahal, media sosial merupakan kanal komunikasi dua arah yang efektif dalam membangun kedekatan dengan publik dan meningkatkan citra lembaga, sebagaimana ditegaskan bahwa media sosial memiliki keunggulan dalam interaksi dua arah dan dapat memperkuat hubungan publik dengan organisasi (Ariyanto, 2024).

Publikasi kegiatan panti juga belum terstruktur. Banyak kegiatan pelatihan, rehabilitasi, maupun pembinaan kemandirian yang tidak terdokumentasi dengan baik sehingga tidak tersampaikan kepada masyarakat. Kurangnya kerja sama dengan media massa menyebabkan informasi tentang kegiatan dan keberhasilan klien tidak tersebar secara luas. Hal ini berdampak pada rendahnya visibilitas lembaga di ruang publik, sehingga masyarakat masih memiliki persepsi keliru mengenai fungsi panti sosial—yakni sebagai "tempat penampungan," bukan pusat rehabilitasi dan pemberdayaan, sebagaimana juga ditemukan oleh penelitian (Suryana, 2020) dan (Muhammad Fahrul Muttaqin & Ida Rindaningsih, 2024).

Temuan dari wawancara menunjukkan bahwa kurangnya efektivitas dalam publikasi dan komunikasi digital lembaga menyebabkan citra UPTD Panti Sosial Rehabilitasi Penyandang Disabilitas Sensorik Palembang belum sepenuhnya terbentuk. Hal ini diperkuat oleh pernyataan dari staf PR panti yang menyebutkan bahwa: "Konten kegiatan kami cukup banyak, namun kami memiliki keterbatasan sumber daya manusia untuk mengelola dokumentasi, sehingga tidak semua kegiatan dapat dipublikasikan. " (Wawancara,20 November 2025). Pernyataan tersebut berkaitan langsung dengan salah satu indikator citra lembaga, yaitu masyarakat mengetahui fungsi lembaga melalui penyebaran informasi. Kurangnya publikasi berdampak pada rendahnya pemahaman masyarakat terhadap peran lembaga tersebut. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiadi yang menunjukkan bahwa frekuensi publikasi digital melalui media sosial secara signifikan meningkatkan citra organisasi di mata masyarakat (Falaq & M.A., 2023).

Keterbatasan sumber daya manusia menjadi hambatan terbesar dalam menjalankan fungsi Humas. UPTD tidak memiliki staf PR khusus, sehingga tugas kehumasan dirangkap oleh pegawai lain. Kondisi ini menyebabkan aktivitas PR tidak berjalan secara fokus. Selain itu, kurangnya kemampuan pegawai dalam literasi digital dan komunikasi non-verbal seperti bahasa isyarat turut menghambat proses komunikasi, dokumentasi, dan publikasi. Temuan wawancara memperlihatkan bahwa hambatan literasi digital dan proses administrasi publikasi yang panjang sering menyebabkan keterlambatan rilis informasi

Selain itu, hasil wawancara yang lain menunjukkan bahwa "Jika aktivitas pelatihan untuk klien dapat dipublikasikan secara teratur, orang akan menyadari bahwa di sini mereka dapat berdiri sendiri. "Pernyataan ini mencerminkan hubungan langsung dengan indikator citra berupa kepercayaan publik terhadap kapabilitas lembaga (credibility image). Masyarakat akan menganggap lembaga tersebut terpercaya jika mereka melihat bukti dari hasil layanan yang diberikan. Temuan ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa publikasi kegiatan lembaga berdampak pada tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kualitas layanan yang ditawarkan oleh institusi sosial (Nugroho, 2024).

Di sisi lain, panti tersebut menghadapi masalah terkait pandangan negatif dari masyarakat. Salah satu karyawan menyatakan: "Sejumlah keluarga beranggapan bahwa panti ini hanya berfungsi sebagai tempat untuk menitipkan orang-orang tunanetra" (Wawancara,20 November 2025). Pernyataan ini menunjukkan adanya indikator kurangnya pemahaman masyarakat mengenai peran lembaga tersebut. Masyarakat memiliki gambaran yang salah (mispersepsi) yang belum diperbaiki melalui saluran komunikasi lembaga. Temuan ini sejalan dengan studi yang menunjukkan bahwa persepsi publik terbentuk melalui informasi digital; jika informasi tersebut tidak tersedia, maka masyarakat cenderung membangun persepsi berdasar pada asumsi mereka (Rosiana et al., 2025).

Selain itu, petugas panti menyatakan bahwa masalah literasi digital merupakan hambatan yang paling signifikan: "Kami memang berkeinginan untuk memposting, namun tenaga kerja terbatas dan pelatihan humas belum tersedia. " (Wawancara,20 November 2025). Kurangnya tenaga kerja terkait langsung dengan indikator citra lembaga yaitu kestabilan manajemen dan keselarasan pesan organisasi. Penelitian dahulu mengungkapkan bahwa ketidaksiapan SDM di bidang kehumasan mengakibatkan organisasi tidak berhasil membangun citra institusi secara digital (Pranata & Ayuh, 2025).

Selanjutnya, keterbatasan dalam penggunaan media sosial terbukti mengakibatkan citra lembaga belum terbentuk secara digital. Penggunaan media sosial seharusnya mencerminkan indikator citra yang berupa kemudahan akses informasi.Masyarakat organisasi lebih mempercayai institusi yang menawarkan informasi melalui media digital secara real-time (Alhadid & Qaddomi, 2016). Arah pembentukan citra juga tidak berjalan dengan baik karena kurangnya strategi konten. Ini menunjukkan indikator citra yang berupa kesan profesionalisme lembaga. Penelitian oleh Sugiharto mengungkapkan bahwa rencana strategi konten humas dapat meningkatkan profesionalitas citra lembaga sosial (Merdiaty et al., 2025).

Penggunaan platform social sebagai alat untuk menyampaikan informasi layanan memungkinkan masyarakat memahami dengan jelas tentang tata cara pendaftaran, tipe layanan rehabilitasi, serta lama program yang ada. Informasi yang disebarluaskan secara daring ini memperkuat indikator citra yang terkait dengan kemudahan akses layanan, karena masyarakat mendapatkan pemahaman dasar mengenai mekanisme rehabilitasi tanpa terhambatoleh birokrasi. Penelitian juga menunjukkan bahwa keterbukaan informasi mengenai prosedur layanan berdampak positif terhadap kepercayaan dan loyalitas masyarakat terhadap lembaga pelayanan sosial (Wijaya, 2024)

Media sosial berfungsi sebagai platform komunikasi yang saling terhubung antara institusi dan masyarakat. Panti dapat menerima pertanyaan dari publik, kritik, saran, serta reaksi emosional dengan cara yang transparan. Keterlibatan ini mencerminkan tanda citra yang menunjukkan dekatnya hubungan organisasi dengan masyarakat, sehingga menciptakan gambaran bahwa lembaga tersebut responsif dan bertanggung jawab terhadap tuntutan sosial masyarakat. Keterlibatan digital seperti ini memiliki pengaruh besar dalam menciptakan keakraban dan koneksi emosional yang memperkuat citra lembaga (Sofwan & Kusuma, 2025)

Oleh karena itu, keterbatasan dalam media sosial tidak hanya berdampak pada daya jangkau program panti, tetapi juga menghalangi keterbukaan informasi, tanggung jawab publik, serta interaksi dengan masyarakat. Hal ini membuat penggambaran lembaga sebagai penyedia layanan rehabilitasi yang profesional menjadi sulit. Dengan pengelolaan media sosial yang optimal, panti akan memiliki kesempatan lebih besar untuk membentuk pemahaman publik yang lebih baik mengenai fungsinya sebagai pusat rehabilitasi sosial, bukan hanya sekadar tempat untuk menampung.

Selain itu, hasil wawancara menunjukkan bahwa keluarga klien menjadi sumber pendapat masyarakat, tetapi belum dimanfaatkan sebagai saluran untuk membangun reputasi.Keluarga hanya mendapatkan informasi teknis, dan belum digunakan untuk mempromosikan keberhasilan. Hal ini menunjukkan bahwa indikator citra berupa dukungan publik dari luar tidak berfungsi dengan baik. Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa testimoni dari keluarga yang menerima layanan memiliki peran penting dalam pembentukan citra sosial lembaga layanan publik (Permadi & Risnawati, 2024).

Berbagai hambatan tersebut turut memengaruhi proses sosialisasi lembaga kepada masyarakat. Terdapat beberapa kasus di mana surat permohonan kerja sama atau permohonan sosialisasi tidak mendapatkan respons yang cepat dari institusi mitra, sehingga target komunikasi tidak tercapai. Ketika terjadi komplain atau isu sensitif, proses klarifikasi juga tidak dapat dilakukan secara cepat karena belum adanya standar penanganan isu berbasis PR. Hal ini dapat berpotensi menimbulkan krisis citra lembaga apabila tidak ditangani dengan tepat.

Meskipun demikian, penelitian menemukan bahwa sebagian fungsi PR sudah dijalankan secara dasar, seperti penyampaian informasi layanan, koordinasi dengan keluarga klien, penyediaan pamflet dan banner, serta menjalin kerja sama dengan komunitas dan pihak swasta melalui program CSR. Namun fungsi tersebut belum memberikan dampak signifikan terhadap penguatan citra lembaga karena belum dilakukan secara terarah dan berkelanjutan.

Selain temuan mengenai pemanfaatan media sosial dan keterbatasan publikasi, penelitian ini juga menemukan bahwa komunikasi internal di UPTD belum berjalan secara terkoordinasi, terutama terkait alur dokumentasi kegiatan dan penyebaran informasi antarbidang. Salah-Satu pegawai menyatakan bahwa dokumentasi kegiatan tidak selalu menjadi prioritas karena fokus utama panti adalah pelayanan rehabilitasi (wawancara 20 November 2025). Kondisi ini menyebabkan banyak kegiatan bernilai publik tidak tercatat dengan baik dan akhirnya tidak dipublikasikan. Kurangnya koordinasi

internal menunjukkan bahwa fungsi PR sebagai pengelola informasi belum memiliki sistem kerja yang jelas dan terstandar.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa hubungan dengan keluarga klien menjadi salah satu aspek penting dalam pembentukan citra, namun belum dimanfaatkan secara maksimal. Komunikasi dengan keluarga lebih banyak bersifat informatif mengenai jadwal atau kebutuhan klien, bukan sebagai sarana memperkuat citra lembaga melalui testimoni atau publikasi keberhasilan. Padahal, keluarga klien merupakan stakeholder yang paling dekat dengan proses rehabilitasi dan dapat menjadi jembatan penting dalam menyebarkan informasi positif mengenai kualitas layanan panti. Minimnya dokumentasi testimoni atau success story menjadi salah satu faktor lemahnya sentuhan humanis dalam publikasi lembaga.

Selain itu, temuan lapangan memperlihatkan bahwa beberapa mitra eksternal, seperti sekolah, kampus, komunitas, dan lembaga sosial lain menunjukkan minat kerja sama yang cukup tinggi. Namun respons tersebut tidak selalu dapat ditindaklanjuti oleh panti secara cepat karena keterbatasan SDM dan administrasi. Akibatnya, peluang kolaborasi untuk sosialisasi dan publikasi bersama tidak dapat dimanfaatkan secara optimal. Hal ini menunjukkan bahwa UPTD sebenarnya memiliki potensi besar untuk meningkatkan visibilitas melalui kerja sama eksternal, namun hambatan internal membuat peluang tersebut belum menjadi strategi komunikasi yang efektif.

Temuan penelitian mengonfirmasi bahwa peran Public Relations sangat strategis dalam membangun citra lembaga rehabilitasi sosial seperti UPTD Panti Sosial Rehabilitasi Penyandang Disabilitas Sensorik Palembang. Sebagaimana dijelaskan dalam teori citra, persepsi publik terhadap organisasi terbentuk melalui rangkaian pesan, simbol, dan pengalaman yang diterima secara terus-menerus (Atthariq et al., 2023). Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa belum adanya strategi komunikasi yang sistematis menyebabkan persepsi publik terhadap panti masih dipengaruhi oleh stigma lama. Hal ini sesuai dengan temuan yang menyatakan bahwa citra positif memiliki pengaruh langsung terhadap keberhasilan layanan dan penerimaan masyarakat (Nasution, 2019).

Minimnya edukasi publik mengenai disabilitas sensorik turut memperpanjang keberlanjutan stigma. Penelitian. stigma sosial dapat menimbulkan kecemasan, diskriminasi, dan hambatan interaksi bagi penyandang disabilitas. Dalam kasus UPTD, kurangnya publikasi edukatif menyebabkan masyarakat tidak memahami fungsi lembaga sebagai pusat rehabilitasi, sehingga panti masih dianggap sebagai tempat penampungan. Padahal, lembaga memiliki tanggung jawab untuk memberi pemahaman yang benar kepada masyarakat agar persepsi keliru dapat diatasi (Jumilah, 2025).

Media sosial yang seharusnya menjadi alat penting PR tidak digunakan secara maksimal. media sosial memiliki kekuatan untuk membangun koneksi dengan publik melalui komunikasi dua arah (Ariyanto, 2024). Namun pada UPTD, minimnya konten, jarangnya unggahan, serta tidak adanya storytelling atau publikasi capaian program menyebabkan masyarakat tidak memperoleh gambaran yang komprehensif tentang layanan rehabilitasi. Kelemahan ini membuat panti kehilangan peluang untuk membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan publik melalui narasi-narasi keberhasilan program.

Keterbatasan SDM terbukti menjadi faktor fundamental yang menghambat efektivitas PR. Ketiadaan pegawai khusus Humas menyebabkan peran PR sering terbagi antara tugas administrasi dan pelayanan. Hal ini menegaskan bahwa PR bertindak sebagai komunikator utama organisasi dan membutuhkan kompetensi khusus untuk menjalankan fungsi tersebut. Kurangnya literasi digital dan kemampuan bahasa isyarat juga membuat proses komunikasi internal dan eksternal menjadi tidak efektif, yang secara tidak langsung menghambat pengelolaan citra Lembaga (Biyantara, 2025).

Dari perspektif teori citra, kelemahan komunikasi publik yang ditemukan dalam penelitian ini menjelaskan mengapa citra lembaga belum terbentuk secara kuat. Citra tidak sekadar dibangun oleh kualitas layanan, melainkan juga oleh narasi publik yang konsisten, simbol visual, serta komunikasi yang terarah (Atthariq et al., 2023). Ketika narasi publik tidak dibangun, masyarakat hanya mengandalkan asumsi lama, sehingga persepsi keliru terus bertahan.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa komunikasi publik yang baik memiliki hubungan erat dengan dukungan sosial dan inklusi penyandang disabilitas. Sebagaimana telah dibuktikan oleh (Zikra & Putri, 2024). program rehabilitasi mampu meningkatkan kemandirian penyandang disabilitas.

Namun, jika keberhasilan tersebut tidak dipublikasikan, masyarakat tidak akan menyadari kontribusi lembaga, sehingga dukungan sosial tidak meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan program rehabilitasi perlu disertai dengan publikasi yang efektif agar berdampak pada perubahan persepsi publik.

Secara keseluruhan, pembahasan penelitian ini menegaskan bahwa peran PR di UPTD sangat penting, tetapi belum dimanfaatkan secara optimal. Keterbatasan SDM, minimnya strategi komunikasi, dan kurangnya penggunaan media digital menjadi faktor utama penghambat pembentukan citra lembaga. Untuk itu, lembaga perlu melakukan penguatan kapasitas PR, merancang strategi komunikasi yang komprehensif, memperluas jaringan media, dan mengoptimalkan media sosial sebagai alat publikasi dan edukasi. Langkah-langkah ini diharapkan dapat memperkuat citra lembaga, mengurangi stigma, serta meningkatkan dukungan publik terhadap penyandang disabilitas sensorik.

Pembahasan hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa kelemahan utama dalam pembentukan citra UPTD terletak pada absennya strategi komunikasi terintegrasi. PR semestinya menjalankan fungsi manajerial seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi, namun fungsi tersebut belum terbentuk secara jelas di panti. Ketiadaan rencana komunikasi jangka panjang menyebabkan publikasi hanya dilakukan secara insidental, bukan berdasarkan tujuan komunikasi yang terukur. Padahal, sebagaimana dinyatakan dalam teori PR modern, keberhasilan hubungan masyarakat sangat dipengaruhi oleh perencanaan strategis dan konsistensi pesan yang disampaikan (Biyantara, 2025).

Selain itu, pembahasan ini menunjukkan bahwa lemahnya pemanfaatan potensi media digital menyebabkan lembaga kehilangan peluang besar dalam membangun citra dan meningkatkan transparansi publik. Media sosial tidak hanya berfungsi menyebarkan informasi, tetapi juga menjadi ruang interaksi publik yang dapat memperkuat legitimasi lembaga. Interaksi dua arah merupakan ciri utama media sosial yang berperan besar dalam membentuk persepsi public (Ariyanto, 2024). Tanpa komunikasi dua arah ini, kepercayaan publik sulit dibangun. Minimnya pembaruan konten juga menunjukkan bahwa lembaga masih berpola pada komunikasi satu arah tradisional, sehingga citra lembaga kurang berkembang.

Pembahasan juga memperlihatkan bahwa pola komunikasi internal turut memengaruhi efektivitas PR. Ketidakteraturan dokumentasi dan alur informasi yang lambat menyebabkan publikasi tidak dapat berjalan cepat. Citra dibentuk tidak hanya oleh pesan eksternal, tetapi juga oleh bagaimana organisasi mengelola proses komunikasi internalnya. Ketika internal tidak terstruktur, maka output komunikasi juga tidak kuat (Atthariq et al., 2023). Kondisi ini semakin diperparah dengan kurangnya pelatihan kehumasan bagi pegawai sehingga kemampuan teknis, seperti pembuatan konten digital, desain visual, atau storytelling belum dikuasai dengan baik.

Selanjutnya, pembahasan menemukan bahwa hubungan dengan keluarga dan komunitas belum dimanfaatkan sebagai strategi reputasi. Dalam kajian PR komunitas, pemanfaatan suara publik (public voice) seperti testimoni, kolaborasi komunitas, dan program advokasi memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan kredibilitas lembaga. Namun, UPTD belum mengembangkan pendekatan berbasis keterlibatan publik tersebut. Hal ini menyebabkan narasi keberhasilan rehabilitasi tidak terbentuk di ruang publik, padahal keluarga klien bisa menjadi agen komunikasi positif yang sangat kuat. Studi mendukung hal ini dengan menunjukkan bahwa keberhasilan rehabilitasi memiliki nilai komunikasi tinggi untuk mendorong inklusi sosial (Zikra & Putri, 2024).

Seluruh temuan tersebut menunjukkan bahwa penguatan citra UPTD membutuhkan pendekatan komunikasi yang lebih strategis, meliputi perencanaan jangka panjang, produksi konten berkualitas, penciptaan narasi humanis, serta penggunaan media digital secara intensif. Selain itu, panti perlu melakukan penguatan kapasitas SDM melalui pelatihan PR, komunikasi digital, dan bahasa isyarat untuk memastikan komunikasi internal dan eksternal berjalan secara efektif. Pembahasan ini menegaskan bahwa keberhasilan layanan rehabilitasi harus diikuti dengan keberhasilan komunikasi publik agar dapat menghasilkan dampak sosial yang lebih luas.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa fungsi Public Relations di UPTD Panti Sosial Rehabilitasi Penyandang Disabilitas Sensorik Palembang memiliki posisi yang penting dalam membangun reputasi lembaga, namun pelaksanaannya belum maksimal. Temuan menunjukkan bahwa panti telah melakukan rehabilitasi dan pemberdayaan dengan cukup baik melalui berbagai layanan pelatihan keterampilan, konseling psikososial, akomodasi, serta pendampingan setelah rehabilitasi. Namun, pengelolaan peran PR dalam mempublikasikan hasil program tersebut masih belum terencana, sehingga tampilan lembaga di masyarakat belum merefleksikan fungsi rehabilitatif yang seharusnya.

Kurangnya publikasi di media sosial, minimnya dokumentasi kegiatan, kekurangan sumber daya manusia yang mengerti tugas kehumasan, dan belum adanya strategi komunikasi digital membuat informasi tentang program rehabilitasi tidak tersebar luas ke publik. Situasi ini memperkuat pandangan lama bahwa panti berperan hanya sebagai tempat penampungan, bukan sebagai pusat layanan rehabilitasi dan kemandirian bagi penyandang disabilitas sensorik.

Penelitian juga menekankan bahwa keberhasilan lembaga dalam menciptakan citra sangat dipengaruhi oleh efektivitas komunikasi publik. PR adalah peran utama yang seharusnya mengatur informasi, menyusun pesan informatif, membangun hubungan dengan media, menciptakan konten yang berkualitas, serta mengembangkan komunikasi dua arah lewat media sosial. Tanpa langkah-langkah ini, stigma publik akan tetap ada dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tidak akan meningkat.

Dengan demikian, reputasi lembaga akan lebih kuat jika UPTD meningkatkan sistem komunikasi publik melalui pengembangan SDM kehumasan, peningkatan keterampilan literasi digital, penyusunan strategi komunikasi jangka panjang, pengelolaan media sosial secara teratur, serta memperluas jaringan publikasi dengan media massa dan mitra eksternal. Optimalisasi komunikasi publik diharapkan dapat merubah pandangan masyarakat, meningkatkan dukungan publik, serta memperkuat legitimasi panti sebagai lembaga rehabilitasi sosial yang profesional dan berfokus pada kemandirian penyandang disabilitas sensorik.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan segala kerendahan hati, kami menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta doa sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

Pertama-tama, kami menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, motivasi, dan dukungan yang tiada henti. Segala capaian dalam penyusunan penelitian ini tidak lepas dari keikhlasan dan pengorbanan yang telah diberikan.

Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada dosen pembimbing yang telah dengan penuh kesabaran memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berharga dalam setiap tahapan penelitian. Bimbingan beliau menjadi pedoman penting bagi penulis dalam penyempurnaan karya ilmiah ini.

Selanjutnya, kami menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada seluruh pihak di UPTD Panti Sosial Rehabilitasi Penyandang Disabilitas Sensorik Palembang yang telah berkenan memberikan izin, kesempatan, serta dukungan selama pelaksanaan penelitian. Keterbukaan, kerja sama, dan bantuan yang diberikan sangat membantu penulis dalam memperoleh data dan informasi yang diperlukan sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.

Kami menyadari bahwa tanpa dukungan berbagai pihak, penelitian ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang diberikan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.

DAFTAR PUSTAKA

Alhadid, A. Y., & Qaddomi, B. A. (2016). The Role of Public Relations on Company Image: Social Media as a Moderating Variable: A Case Study at the Applied Science Private University at Jordan. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, *6*(4), 278–284. https://doi.org/10.6007/ijarbss/v6-i4/2109

Ariyanto, G. P. (2024). IAIN Ponorogo Iswahyudi IAIN Ponorogo. *STRATEGI PUBLIC RELATION DINAS SOSIAL PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DAN PERLINDUNGAN ANAK KABUPATEN PONOROGO DALAM MEMBENTUK CITRA POSITIF DI MASYARAKAT Gradian*, *5*(1), 34–47.

Atthariq, F., Ri'aeni, I., & Ririn Risnawati. (2023). Peran Public Relations Dalam Penerapan Fungsi Corporate Communication PT. Kereta Api Daerah Operasional 3 Cirebon Untuk Pembentukan Citra Perusahaan. *Jurnal Sosfilkom*, *17*, 1–3. https://e-journal.umc.ac.id/index.php/SFK/article/view/4892

Biyantara. (2025). Peran Humas Dalam Membangun Citra Organisasi Di Rs Ortopedi Prof. Dr. R. Soeharso Surakarta. *Jurnal Komunitas*, *9*(2), 33–45. https://doi.org/10.47942/komunitas.v9i2.1320

Cahyanti, N., & Rohimi, P. (2024). Strategi Publik Relation Dalam Membentuk Citra Positif Dinas Sosial Di Kabupaten Kudus. *Jurnal Ilmu Dakwah*, *21*(12), 55–70. https://jurnal.alhikmah.ac.id/index.php/elhikmah/article/view/278%0Ahttps://jurnal.alhikmah.ac.id/index.php/elhikmah/article/download/278/152

Canton, B. (2022). Pengaruh Religiusitas Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Riau Kepri Syariah. *Sains Akuntansi Dan Keuangan*, *1*(4), 215–225.

Falaq, M. A. A., & M.A., T. S. (2023). Strategi Komunikasi Humas (Push, Pull Dan Pass) Dalam Membangun Citra Perusahaan Pelindo Sub Regional Jawa. *The Commercium*, *7*(1), 263–272. https://doi.org/10.26740/tc.v7i1.55548

Huberman, M. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif. *Journal of Management, Accounting and Administration*, *1*(2), 77–84.

Jamshed, S. (2014). Qualitative research method-interviewing and observation. *Journal of Basic and Clinical Pharmacy*, *5*(4), 87. https://doi.org/10.4103/0976-0105.141942

Jumilah, B. S. (2025). *Dampak Stigma Sosial Terhadap Eksistensi Diri Penyandang Disabilitas*. *10*(1), 294–305.

Merdiaty, N., Saputra, F., Putri, K. A., Syahra, M. N., Setiawan, T. A., & Grace, Y. (2025). Krepa: Kreativitas Pada Abdimas. *Krepa: Kreativitas Pada Abdimas*, *1*(3), 35–45.

Muhammad Fahrul Muttaqin, & Ida Rindaningsih. (2024). Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, *2*(6), 122–130. https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i6.1470

Nastiar, M. F. (2025). *Comprehensive Literature Analysis on Social Inclusion for*. *3*(February), 454–470.

Nasution, I. I. (2019). Peranan Public Relations Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Hotel Garuda Plaza. *Jurnal Warta Edisi : 61*, *13*(3), 141–143.

Nugroho, M. N. S. (2024). Strategi komunikasi dan branding dalam manajemen event: membangun

identitas acara yang kuat. *Al-Mumtaz: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, *1*(1), 70–81. https://doi.org/10.47945/Al-Mumtaz.v1i2.xx

Permadi, M., & Risnawati, A. (2024). *BARU DITENGAH PERSAINGAN ANTAR SEKOLAH PADA ERA GLOBALISASI Sekolah Tinggi Agama Islam Kuningan , Indonesia Abstrak Pendahuluan*. *5*(2), 14–26.

Pranata, P. H., & Ayuh, E. T. (2025). Komunikasi Publik Humas Polda Bengkulu: Strategi Menuju Citra Institusi yang Humanis. *Catha : Journal of Creative and Innovative Research*, *2*(3), 3046–8760.

Rosiana, N., Indriani, D. S., Kahfi, F., Subagia, E. B., & Rachmahs, N. A. (2025). Penggunaan Fitur Pada Media Sosial WhatsApp dan Instagram Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran. *Karimah Tauhid*, *4*(7), 5295–5303.

Ruslan, R. (2013). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* –. PT Rajagrafindo Persada.

Sofwan, A., & Kusuma, A. (2025). *" Dari Masjid Ke Media Sosial : Strategi Guru PAI dalam Berdakwah Kepada siswa / I SMA Swasta Utama Medan " " From Mosque to Social Media : Islamic Religious Education Teachers ' Strategies in Preaching to Students at Medan ' s Main Private High School "*. *4*(3), 253–262.

Suryana, S. (2020). Permasalahan Mutu Pendidikan Dalam Perspektif Pembangunan Pendidikan. *Edukasi*, *14*(1). https://doi.org/10.15294/edukasi.v14i1.971

Wijaya, H. D. (2024). *8033-8043*. *4*, 8033–8043.

Zikra, U., & Putri, H. U. (2024). *4.+Ulfa+Zikra+27-34*. *2*(1), 27–34. https://doi.org/10.35719/ijdr.vxix.xxxx