

ABSTRAK

Citra yang dibentuk oleh seorang aktor pemimpin daerah tidak dapat terlepas dari pengamatan publik yang secara tidak langsung menilai hasil kerja yang selama ini dilakukan. Pembentukan citra merupakan salah satu tujuan akhir dari dilakukannya aktivitas publisitas. Penelitian ini mengambil aktivitas publisitas yang dilakukan oleh Bupati Bojonegoro Drs. Suyoto, M.Si atau yang akrab dipanggil Kang Yoto. Citra Kang Yoto yang dikenal sebagai pemimpin Transformatif mulai menjadi sorotan media setelah dirinya berhasil membawa Kabupaten Bojonegoro sebagai Kabupaten yang memiliki banyak prestasi.

Sosok Kang Yoto kemudian dibukukan oleh seorang dosen Universitas Surabaya (Ubaya), Cahyo Suryanto dalam buku *“Resonansi Kepemimpinan Transformatif Kang Yoto”*. Buku tersebut dinilai sebagai media publisitas untuk mengangkat citra Kang Yoto sebagai pemimpin Transformatif. Penelitian ini mencoba melihat bagaimana strategi publisitas Kang Yoto dalam membentuk citra Pemimpin Transformatif melalui dua media yang berbeda yaitu media massa online dan media cetak buku.

Peneliti menggunakan metode analisis isi, dimana masing-masing sumber data yang berupa artikel media online dan bab-bab pada buku *“Resonansi Kepemimpinan Transformatif Kang Yoto”* dianalisis berdasarkan 4 komponen kepemimpinan transformatif Bass dan Avolio, untuk melihat bagaimana masing-masing media publisitas tersebut menggambarkan sosok Kang Yoto sebagai pemimpin transformatif. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa citra Kang Yoto sebagai pemimpin transformatif digambarkan oleh masing-masing media publisitas dengan ciri khasnya sendiri-sendiri, dimana memperlihatkan bahwa buku *“Resonansi Kepemimpinan Transformatif Kang Yoto”* sengaja ditulis sebagai media publisitas yang menggambarkan sosok Kang Yoto sebagai pemimpin transformatif (media publisitas terkontrol). Sedangkan media online juga menjadi alternatif pilihan media publisitas yang dapat dikontrol (dengan dibuatnya portal berita dibawah tanggung jawab pemerintah daerah), meskipun pada dasarnya media online bukanlah media publisitas terkontrol.

Kata Kunci: Publisitas, Citra, Kepemimpinan Transformatif

ABSTRACT

The image formed by a local leader actor cannot be separated from public observations that indirectly assess the work done so far. Building a good image is one of the ultimate goals of publicity activity. This research takes publicity activities conducted by Bupati Bojonegoro Drs. Suyoto, M. Si well known as Kang Yoto. Kang Yoto's image as Transformative leader become a media spotlight after he succeeded in bringing Bojonegoro Regency as a district with many achievements.

The figure of Kang Yoto was then posted by Ubaya lecturer, Cahyo Suryanto in the book "Resonansi Kepemimpinan Transformatif Kang Yoto". The book is rated as a publicity medium to uplift the image of Kang Yoto as a Transformative leader. This research take up on how the image of Kang Yoto as Transformative Leader is formed through two different media that is mass media online and printed book.

Researchers use content analysis method, where each data source from of online media articles and chapters on the book " *Resonansi Kepemimpinan Transformatif Kang Yoto* "is analyzed based on 4 transformative leadership components from Bass and Avolio, to see how each publicity media describes the figure of Kang Yoto as a transformative leader. The results of this study shows that the image of Kang Yoto as a transformative leader is described by each media publicity with its trademark, which shows that the book "Resonansi Kepemimpinan Transformatif Kang Yoto" is intentionally written as a publicity medium describes the figure of Kang Yoto as a transformative leader (controlled publicity media). While the online media is also an alternative choice of publicity media also can be controlled (by making news portals under responsibility local government), although basically online media is not a controlled publicity media.

Keywords: Publicity, Image, Transformative Leadership