

PENCITRAAN PEMERINTAH DAERAH DENGAN MENGUNAKAN GAME ON-LINE YANG BERBASIS KEARIFAN LOKAL

Rini Darmastuti
Universitas Kristen Satya Wacana

Abstrak

Making good image of Government Institution became a very important. Government institution on society view nowadays getting bad, and need to be repaired It should be take an accurate strategy to make a good image. Unfortunately, the imaging by government nowadays just emphasizing on persuasive imaging, which is just make 'outside layer' imaging, and just for a short time imaging. Evenly the imaging and socially process is happened when the program is available. This socially approach is not appropriate to applicative in society, because people need the evidence of what government do, is it good or not, and it take a relatively long process to make a good image. The imaging strategy by education process is one of the accurate strategy to persuade the society and growing back the people trust to the locality government institution. The education process could be apply in local knowledge existed at the area and could be packed in a game. The social comprehension and authorization about local knowledge will help the sociality to understand their own locally and will bring a positive impact on locality government institution imaging on that area. On the other side, game is one of the alternative way that could be apply in our society because it could be played by child to adult, from the uneducated people to very educated people.

Kata Kunci: Pencitraan, Pemerintah Daerah, Kearifan Lokal, Game On-line

Pendahuluan

Memiliki citra positif merupakan satu urgensi bagi setiap institusi dan organisasi di era globalisasi pada saat ini, tidak terkecuali pemerintah daerah. Hal ini disebabkan perkembangan teknologi komunikasi yang sangat pesat, telah mengakibatkan dunia menjadi satu desa kecil, dimana tidak ada lagi batas ruang dan waktu. Kondisi ini membawa pada satu konsekuensi terhadap keterbukaan

informasi. Informasi yang terkait dengan suatu organisasi, perusahaan atau institusi yang berasal dari belahan dunia yang satu dapat diakses oleh masyarakat dari belahan dunia lainnya dalam hitungan detik. Akibatnya, informasi bukan lagi menjadi rahasia dan tidak lagi dapat ditutup-tutupi, termasuk citra dari suatu organisasi, perusahaan ataupun institusi. Dalam keterbukaan informasi sebagai imbas dari globalisasi ini, citra yang dimiliki oleh suatu perusahaan, organisasi, institusi bahkan pemerintah daerah, tidak dapat dirahasiakan dan disembunyikan lagi.

Di satu sisi, kemajuan teknologi komunikasi ini mempunyai peranan yang sangat besar dalam membangun citra positif pemerintah daerah di suatu tempat kepada masyarakat luas, baik yang berada di Indonesia ini maupun yang berada di belahan dunia lainnya. Tetapi di sisi yang lain, Citra negatif yang dimiliki oleh pemerintah daerah juga akan cepat tersebar ke masyarakat lainnya, ketika teknologi komunikasi hadir sebagai media untuk menyebarkanluaskannya. Kehadiran teknologi komunikasi menjadi satu media yang sangat efektif untuk mempublikasikan citra yang dimiliki oleh pemerintah daerah.

Padahal berdasarkan fakta yang ada, citra yang dimiliki oleh pemerintah daerah selama ini tidak selalu positif. Banyak masyarakat kita yang menilai dan menyayangkan tentang buruknya citra negatif yang dimiliki oleh beberapa pemerintah daerah yang ada di Indonesia ini. Hal ini disebabkan karena kinerja pemerintah daerah yang kurang bagus, jam kerja yang seringkali molor maupun korupsi yang banyak dilakukan oleh pimpinan maupun staf yang ada di beberapa pemerintah daerah. Citra negatif inilah yang tidak jarang justru ter-publikasi ke masyarakat luas melalui internet, facebook maupun jejaring sosial lainnya sebagai imbas dari perkembangan teknologi komunikasi yang sangat pesat.

Yang menjadi pertanyaan kemudian adalah, 'strategi seperti apa yang dapat kita lakukan untuk membangun citra pemerintah daerah dengan menggunakan teknologi komunikasi, supaya pemerintah daerah memiliki citra yang positif di masyarakat? Pertanyaan inilah yang menjadi dasar pemikiran dalam penulisan

makalah ini, sehingga muncul pemikiran untuk membangun citra pemerintah daerah dengan menggunakan game on-line dengan berbasiskan pada kearifan lokal.

Pencitraan Pemerintahan Daerah

Strategi pencitraan pemerintah daerah dengan menggunakan game on-line yang berbasiskan pada kearifan lokal, maka terlebih dahulu kita akan membahas tentang pencitraan. Pencitraan berasal dari kata dasar citra. Citra dari suatu hal tidak selamanya mencerminkan kenyataan yang sesungguhnya karena citra semata-mata terbentuk berdasarkan informasi yang tersedia. Oleh karena itu, informasi yang benar, akurat, tidak memihak, lengkap dan memadai itu benar-benar penting bagi munculnya citra yang tepat (Jefkins, 1992: 16). Menurut Jefkins, ada beberapa jenis dari citra, yaitu citra bayangan (*mirror image*), citra yang berlaku (*current image*), citra yang diharapkan (*wish image*), citra perusahaan (*corporate image*) serta citra majemuk (*multiple image*).

Citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasi. *Citra yang berlaku* merupakan suatu citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi. Berbeda dengan citra bayangan dan citra yang berlaku, **citra yang diharapkan** adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Biasanya citra yang diharapkan lebih baik atau lebih menyenangkan dari pada citra yang ada, walaupun dalam keadaan tertentu citra yang terlalu baik juga bisa merepotkan. **Citra perusahaan** adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan. Sedangkan **citra majemuk** merupakan citra yang dimunculkan oleh orang-orang atau komponen-komponen yang ada dalam suatu organisasi atau perusahaan. Oleh karena itu, citra yang dimiliki oleh suatu perusahaan bisa dikatakan sama banyaknya dengan jumlah pegawai yang dimilikinya (Jefkins, 1992: 17-19).

Citra yang diharapkan merupakan jenis citra yang diharapkan oleh semua institusi, termasuk pemerintah daerah. Untuk mengetahui bagaimana 'citra yang diharapkan' ini muncul di

masyarakat, dapat dilihat dari pendapat masyarakat tentang pemerintah daerah. Masyarakat akan memberikan persepsi terhadap pemerintah daerah tersebut berdasarkan informasi serta realitas yang dibangun oleh media massa dan pengamatan secara langsung. Cara dan penilaian masyarakat terhadap pemerintah daerah itu, menjadi tolok ukur bagaimana masyarakat mempersepsi pemerintah daerah tersebut. Dalam konteks inilah citra tentang pemerintah daerah itu terbentuk dalam benak masyarakat.

Pada tataran ini, pencitraan terhadap pemerintah daerah merupakan hal yang sangat penting. Melihat citra buruk pemerintah selama ini dan pengalaman masa lalu yang dimiliki oleh masyarakat terhadap pemerintah selama ini. Penanganannya sesegera mungkin. Sayangnya, penanganan pemerintah daerah untuk memperbaiki citranya di masyarakat masih kurang tepat. Pemerintah memiliki kecenderungan untuk berbuat terlebih dahulu, baru melihat reaksinya. Sangat terkesan bahwa pemerintah kurang memperdulikan proses komunikasi atau strategi *Public Relations*. Tidak jarang pendekatan legal formal lebih dikedepankan dibandingkan dengan pendekatan komunikasi.

Untuk membangun citra positif di masyarakat, biasanya pemerintah daerah akan melakukan proses pencitraan baik melalui iklan maupun melalui cara-cara yang lain. Hanya saja, selama ini pemerintah daerah cenderung menggunakan proses pencitraan yang hanya menekankan pada konteks membangun reputasi baik dan memperbaiki reputasi buruk. Penekanan ini sebetulnya tidak salah, tetapi tidak jarang justru menggeser tujuan utama dari kegiatan *Public Relations*. Dalam konteks ini, kegiatan ke-PR-an cenderung hanya ditekankan pada 'kulit luarnya' saja yang penting masyarakat melihat institusi kita memiliki citra yang bagus, sekalipun pencitraan ini hanya bersifat sementara.

Proses pencitraan yang dilakukan oleh pemerintah selama ini adalah proses pencitraan yang hanya menekankan pada 'keberhasilan dan keindahan' saja. Tampilan luar merupakan fokusnya, dengan proses pencitraan cepat dan waktu yang sangat singkat. Tidak jarang proses pencitraan justru dilakukan setelah

program itu dilakukan, artinya proses pencitraan tidak dilakukan jauh-jauh hari sebelum suatu program itu dilakukan. Proses pencitraan dilakukan seketika dan pada saat itu juga, Tidak ada konsep edukasi pada proses pencitraan ini.

Proses pencitraan ini seringkali terjadi karena prinsip waktu pendek yang dilakukan oleh pemerintah daerah dan pejabat pemerintah. Selain itu prinsip ganti pemimpin ganti kebijakan yang seringkali dilakukan oleh pemerintah daerah, juga menjadi akar permasalahan sehingga proses pencitraan tidak bisa dilakukan dalam proses waktu yang panjang. Permasalahan lainnya adalah banyak pemimpin dan pejabat yang ada di pemerintah daerah tidak memiliki kemampuan untuk berproses secara panjang. Masih sangat sedikit pejabat di pemerintah daerah yang memiliki orientasi program untuk memajukan masyarakat dan memiliki ketahanan untuk melakukan proses edukasi dengan tujuan jangka panjang. Karena permasalahan-permasalahan diatas, maka proses pencitraan seringkali hanya dilakukan dengan menggunakan proses yang pendek dengan waktu yang relatif cepat. Iklan menjadi satu cara yang paling sering dipakai dalam proses pencitraan ini.

Proses Pencitraan menggunakan Edukasi

Pemahaman tentang konsep pencitraan dalam pekerjaan Public Relations, selama ini seringkali mengalami kerancuan. Proses pencitraan seringkali hanya dipahami sebagai proses persuasi pesan yang dibombardir kepada masyarakat secara bertubi-tubi. Frekuensi dan 'keseringan' dalam menyampaikan pesan menjadi fokus utama dalam kegiatan ke-PR-an. Padahal kalau kita kembali pada konsep dasar dari kegiatan pencitraan, maka konsep dasar sosialisasi Public Relations adalah edukasi publik. Edukasi ini bisa dilakukan dengan membangun kredibilitas dari institusi atau organisasi yang akan dicitrakan.

Kalau dalam kasus ini yang akan dicitrakan adalah pemerintah daerah, maka pemerintah daerah ada proses edukasi yang dilakukan kepada masyarakat sehingga akan muncul kepercayaan dalam masyarakat terhadap pemerintah daerah

tersebut. Pesan-pesan yang disampaikan adalah pesan-pesan yang memberikan penekanan pada edukasi, bukan hanya sekedar menyampaikan informasi dengan penekanan pada pembentukan pandangan positif yang hanya sesaat. Proses pencitraan yang hanya menekankan pada informasi-informasi yang positif dan 'keindahan-keindahan' semata, biasanya hanya mampu mengubah pendapat masyarakat dalam waktu sesaat. Sifatnya hanya sementara, karena masyarakat hanya disuguhi oleh hal-hal yang baik dan indah dari luarnya saja. Dengan kata lain, proses pencitraan ini hanya sekedar memberikan informasi dan mempengaruhi sampai pada tahapan pemahaman kognitif. Aktivitas komunikasi seringkali hanya sebatas kemasan tanpa kredibilitas informasi maupun fakta yang mampu menunjang aktivitas komunikasi tersebut.

Pencitraan yang dilakukan dengan menggunakan proses edukasi lebih menekankan pada proses penyampaian pesan yang mempengaruhi bukan hanya kognitif tetapi juga afektif sampai ke behavior. Proses awal edukasi adalah persuasi, tetapi bukan seperti iklan yang membombardir masyarakat dengan pesan persuasi. Kunci edukasi adalah kredibilitas, sedangkan iklan memiliki kredibilitas yang sangat minim. Proses edukasi harus berjalan didepan mendahului proses-proses lainnya di dalam organisasi. Pada proses edukasi ini, 'who' memiliki peranan yang sangat menentukan. Kredibilitas dari 'who' yang menyampaikan pesan dan latar belakang pemberi informasi menjadi pertimbangan yang sangat penting (Wasesa, 2010: 150).

Proses edukasi dapat dilakukan dengan mengangkat topik-topik tertentu yang terkait dengan pemerintah daerah tersebut, atau bisa juga dengan menekankan pada 'who' yang berbicara. Topik-topik tertentu yang sangat relevan untuk mencitrakan pemerintah daerah adalah topik tentang budaya dan kearifan lokal yang dimiliki oleh daerah tersebut. Sedangkan 'who' yang dimaksud disini adalah orang-orang yang memiliki kredibilitas dan dapat dipercaya yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan untuk membangun kepercayaan masyarakat pada pemerintah daerah.

Pencitraan Pemerintahan Daerah berbasis kearifan lokal

Untuk membangun citra positif suatu pemerintah daerah, salah satu cara yang bisa dilakukan adalah membangun citra pemerintah daerah tersebut melalui budaya dan kearifan lokal yang mereka miliki. Artinya, budaya dan kearifan lokal yang dimiliki oleh suatu daerah, ditonjolkan sebagai dasar dan landasan hidup bagi pemerintah daerah tersebut ketika mereka menjalankan roda pemerintahannya. Kearifan lokal yang sarat dengan kedalaman falsafah hidup menjadi pijakan ketika pemerintah daerah berpikir dalam mengambil suatu keputusan, bertindak dan bersikap dalam kegiatan sehari-hari ketika menjalankan roda pemerintahan.

Selain itu, sosialisasi dan edukasi tentang budaya dan kearifan lokal yang dimiliki oleh daerah tersebut, akan membuat masyarakat internal yang ada di daerah itu semakin memahami budaya mereka, membuat mereka semakin mengerti tentang siapa mereka dan akhirnya proses ini akan membawa imbas pada kecintaan mereka terhadap budaya dan kearifan lokal yang mereka miliki. Kalau proses edukasi ini terus dilakukan, maka rasa cinta terhadap budaya dan kearifan lokal secara perlahan-lahan akan mempengaruhi kecintaan dan kepercayaan mereka terhadap pemerintah daerah tersebut. Perasaan memiliki terhadap budaya, kearifan lokal dan pemerintahan daerah akan muncul di masyarakat yang berada di daerah tersebut. Contoh ini dapat kita amati dari proses pencitraan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat Solo. Proses edukasi melalui budaya serta kearifan lokal yang dilakukan oleh pemerintah daerah Solo, membuat masyarakat Solo semakin mengerti, memahami bahkan mulai menghidupi budaya dan kearifan lokal yang mereka miliki. Bahkan dalam perkembangannya, masyarakat Solo sangat bangga dan mendukung pemerintah daerah tersebut.

Sedangkan bagi masyarakat eksternal, yaitu masyarakat yang berada di luar daerah tersebut, sosialisasi dan edukasi tentang budaya dan kearifan lokal yang dimiliki oleh suatu daerah, akan membuat masyarakat eksternal semakin mengenal tentang budaya dan kearifan lokal yang dimiliki oleh daerah tersebut. Pengenalan

dan pemahaman ini, secara tidak langsung juga akan mempengaruhi penilaian mereka terhadap pemerintah daerah. Pendekatan inilah yang dapat kita gunakan untuk membangun citra positif pemerintah daerah dengan berbasiskan pada kearifan lokal. Proses pencitraan dilakukan dengan menggunakan proses edukasi.

Untuk memahami tentang proses pencitraan yang berbasiskan pada kearifan lokal ini, terlebih dahulu kita akan memahami tentang budaya dan kearifan lokal. Berdasarkan pendapat beberapa ahli, budaya menjadi dasar bagi setiap masyarakat yang menghidupi budaya itu untuk berpikir, bersikap dan berperilaku. Budaya digunakan orang untuk menginterpretasikan pengalaman dan melahirkan tingkah laku sosial. Selain menjadi dasar hidup bagi suatu masyarakat dalam menjalani hari-harinya, budaya juga menjadi identitas diri bagi setiap masyarakat yang menghidupinya. Seperti yang dikatakan oleh Ting-Toomey (dalam Turnomo Raharjo, 2005: 49) salah satu fungsi dari budaya adalah sebagai *Identity Meaning Function*.

Kalau dilihat dari asal katanya, kata identitas berasal dari kata *identity* yang berarti kondisi atau kenyataan tentang sesuatu yang sama, suatu keadaan yang mirip satu sama lain. Apabila pengertian ini kita gunakan untuk memahami identitas budaya pada tataran hubungan antarmanusia, maka identitas (*identity*) memiliki arti membuat sesuatu menjadi identik atau sama. Berdasarkan pengertian ini, maka yang dimaksud dengan identitas budaya secara sederhana adalah rincian karakteristik atau ciri-ciri sebuah kebudayaan yang dimiliki oleh sekelompok orang yang kita ketahui batas-batasnya tatkala dibandingkan dengan karakteristik dan ciri-ciri kebudayaan orang lain (Liliwari, 2003: 72).

Dalam pandangan Ting-Toomey (dalam Turnomo Raharjo, 2005: 49), pada fungsi *Identity Meaning Function* ini, budaya memberikan kerangka referensi untuk menjawab pertanyaan yang paling mendasar dari keberadaan manusia tentang '*siapa saya*'. Keyakinan-keyakinan budaya, nilai-nilai serta norma-norma yang mereka miliki menjadi pijakan bagi masyarakat yang memiliki budaya tersebut untuk memberikan makna dan nilai terhadap segala

hal yang terjadi di dalam hidupnya. Makna dan nilai ini menjadi satu hal yang sangat penting bagi identitas diri mereka. Dalam perkembangannya, makna identitas yang didapat dari budaya dikonstruksi dan dipelihara melalui kehidupan sehari-hari.

Identitas budaya ini sering juga disebut dengan *local genius* yang seringkali dipahami sebagai identitas atau kepribadian budaya suatu masyarakat yang menyebabkan masyarakat tersebut mampu untuk menyerap dan mengolah kebudayaan asing sesuai watak dan kemampuan sendiri (Sartini, 2004: 199). Pada tataran ini, pada saat suatu masyarakat memutuskan untuk menyerap dan mengolah budaya asing yang masuk sesuai dengan watak dan kemampuan yang dimiliki oleh masyarakat itu, maka pada saat inilah kearifan yang dimiliki oleh masyarakat tersebut menjadi satu dasar untuk mengambil keputusan. Bahkan, tidak jarang kemampuan masyarakat untuk menyerap dan mengolah budaya asing itu sangat dipengaruhi oleh kearifan yang dimiliki oleh masyarakat tersebut, yang diajarkan melalui nilai-nilai serta norma-norma dari budaya mereka. Inilah yang dimaksud dengan kearifan lokal, yaitu manifestasi dari ajaran-ajaran budaya lokal yang dihidupi oleh masyarakat di komunitas lokal tersebut.

Pemahaman tentang konsep budaya dan kearifan lokal dalam pemerintah daerah dapat diperjelas dengan pendapat Sartini, dalam tulisannya yang berjudul Menggali Kearifan Lokal Nusantara sebuah Kajian Filsafati yang ditulis di Jurnal Filsafat (Agustus 2004, Jilid 37, Nomor 2, hal. 119). Sartini mengatakan bahwa Kearifan Lokal (*Local Wisdom*) merupakan gagasan-gagasan setempat (lokal) yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya.

Apabila konsep dan pengertian tentang kearifan lokal ini diterapkan pada kinerja pemerintah daerah, maka kearifan lokal yang dimiliki oleh suatu daerah akan menjadi dasar dan pijakan bagi pemerintah daerah tersebut ketika mereka menjalankan roda pemerintahannya. Pemahaman fungsi *Identity Meaning Function* dalam kehidupan pemerintah daerah, akan menjadikan budaya dan kearifan lokal sebagai kerangka referensi untuk menjawab

pertanyaan yang paling mendasar dari keberadaan pemerintah daerah tersebut tentang *'siapa mereka'*. Artinya, konsep diri tentang siapa dan bagaimana pemerintah daerah itu akan dipahami dan dimengerti sesuai dengan keyakinan-keyakinan budaya, nilai-nilai serta norma-norma yang dimiliki oleh daerah tersebut dan dijadikan sebagai pijakan bagi pemerintah daerah dalam menjalankan kegiatannya sehari-hari.

Strategi pencitraan dengan menggunakan pendekatan budaya dan kearifan lokal dengan pendekatan pada *'identitas diri'* pemerintah daerah menjadi satu cara yang dapat kita gunakan untuk membangun citra pemerintah daerah ditengah keterpurukan citra pemerintah daerah yang kurang bagus selama ini. Untuk keberhasilan pencitraan ini, dibutuhkan data-data pendukung yang lengkap. Silih Agung Wasesa berpendapat bahwa ada beberapa hal yang dapat dilakukan pemerintah daerah untuk menyiapkan rencana kampanye perbaikan citra, yaitu: tujuan pencitraan, data dan fakta pendukung, strategi sederhana pencitraan dan ide dari jurnalis. Tujuan pencitraan merupakan hal yang sangat penting, karena kegiatan pencitraan ini bukanlah hanya sekedar untuk mengejar baik atau buruk, melainkan untuk mencapai tujuan yang spesifik dengan menggunakan strategi edukasi.

Data dan fakta pendukung menjadi satu hal yang sangat penting, karena seorang PR ketika melakukan pencitraan harus didasarkan pada kredibilitas dan bukan berdasarkan pada konstruksi realitas yang menyajikan suatu situasi secara hiperbola. Oleh karena itu, data dan fakta yang sesuai dengan realitas menjadi data pendukung yang sangat dibutuhkan oleh seorang public relations (Wasesa, 2010: 177-178).

Pada tataran ini, data dan fakta yang sesuai dengan realitas menjadi data pendukung yang sangat urgen. Bagi pemerintah daerah, dimensi budaya menjadi data pendukung yang sangat penting bagi dalam menentukan sukses tidaknya pencitraan daerah tersebut. Kekayaan budaya serta kearifan lokal yang dimiliki oleh daerah tersebut merupakan realitas yang dapat digunakan sebagai data pendukung yang sangat penting dalam pencitraan.

Selain itu, budaya organisasi dari daerah tersebut memiliki peran yang tidak kalah penting dalam proses pencitraan. Budaya organisasi sangat dipengaruhi oleh budaya dan kearifan lokal yang dimiliki masyarakat tersebut. Budaya organisasi dikatakan penting, karena budaya organisasi memiliki peranan yang sangat strategis. Pada dimensi ini akan terlihat bagaimana keluwesan dari Public Relations sebuah organisasi dalam mengelola informasi untuk pencitraan. Dengan kata lain, budaya akan menentukan pola pikir dan membentuk perilaku Public Relations tersebut (Wasesa, 2010 : 35).

Pencitraan dengan menggunakan Game

Pada awal paper ini sudah dituliskan bahwa pada saat ini kita tinggal dalam era globalisasi di mana informasi menjadi satu hal yang sangat penting dan dapat diakses oleh semua pihak. Marshall McLuhan menyebutnya kita hidup dalam 'desa global'. Dalam kondisi seperti ini, dalam pandangan George Gerbner, kita tidak dapat menjangkau khalayak yang tersebar kemana-mana untuk menyampaikan pesan-pesan yang kita miliki atau mengubah perilaku mereka kalau tidak menggunakan media massa (Littlejohn, 2001 : 303). Pesan persuasif yang tujuannya untuk mengubah khalayak tidak mungkin dapat kita sampaikan dengan menggunakan komunikasi secara langsung. Artinya, kita membutuhkan media yang sifatnya massif untuk menyampaikan pesan kepada khalayak massa.

Pada saat ini, banyak media interaktif yang hadir dalam kehidupan masyarakat kita. Salah satu media interaktif yang akrab dalam kehidupan masyarakat dan banyak digunakan oleh masyarakat adalah game. Game merupakan media komunikasi dalam bentuk permainan yang selama ini mempunyai kekuatan yang sangat besar untuk mempengaruhi pemain. Berdasarkan pengertiannya, game merupakan suatu sistem atau program dimana satu atau lebih pemain mengambil keputusan melalui kendali pada obyek di dalam game untuk suatu tujuan tertentu. Game biasanya dibuat untuk tujuan tertentu, apakah itu untuk tujuan hiburan, melatih ketangkasan atau bisa juga sebagai satu cara untuk melakukan proses pendidikan atau untuk menyampaikan pesan tertentu

(Prestiliano, 2009 : 2-5).

Sedangkan berdasarkan genre-nya, menurut Prestiliano (2009: 7-17) ada beberapa jenis dalam game. Jenis-jenis tersebut adalah *Maze game, board game, card game, trading card game, quiz game, puzzle game, shooting game, shoot them up, adventure game dan side scroller game*. Selain itu ada *fighting game, sport game, racing game, simulation game, turn based strategy (TBS) game, real time strategy (RTS) game, first person shooter (FPS) game, third person action game dan role playing game (RPG)*. Jenis yang terakhir ini adalah game dimana setiap pemain akan berperan dalam sebuah karakter. Setiap pemain akan menjalankan peran mereka dengan berbagai atribut seperti kesehatan, intelegensi, kekuatan dan keahlian.

Sesuai dengan tujuannya, game yang akan digunakan untuk membangun citra positif pemerintah daerah adalah game untuk melakukan proses pendidikan atau untuk menyampaikan pesan tertentu. Sesuai dengan tujuan utama dari proses pencitraan yaitu edukasi, maka tujuan dari game ini adalah untuk melakukan edukasi bagi masyarakat tentang pemerintah daerah tersebut dengan menyampaikan pesan tentang kearifan lokal dan budaya yang dimiliki oleh masyarakat tersebut. Atau proses edukasi melalui game ini dilakukan dengan menyampaikan pesan-pesan tentang pemerintah daerah yang dikemas dalam kemasan budaya dan kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat di daerah tersebut.

Game akan dikemas dalam *genre role playing game (RPG)* dimana setiap pemain akan memainkan peranan-peranan tertentu dalam permainan yang ada di game tersebut. Dalam permainan ini, proses edukasi dilakukan dalam kemasan budaya dan kearifan lokal yang dimiliki oleh daerah tersebut. Artinya topik permainan diangkat seputar budaya dan kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat dan pemerintah daerah di suatu daerah tertentu. Dalam genre game ini, karakter-karakter utama akan berkembang seiring dengan berkembangnya cerita. Perkembangan karakter ini ditandai dengan naiknya level, bertambahnya kemampuan atau bahkan berubahnya suatu sifat atau watak sang karakter utama dalam berinteraksi

dengan karakter-karakter lainnya. Jadi perkembangan karakter ini sangat diperhatikan dan menjadi salah satu elemen khas yang utama dalam sebuah RPG. Dalam permainan ini, pemahaman tentang budaya, kearifan lokal dan tentang pemerintah akan berkembang seiring dengan level yang dimasuki oleh pemain.

Melalui permainan ini, akan ada proses edukasi dalam diri pemain. Pencitraan yang terjadi dalam diri setiap pelaku adalah pencitraan melalui proses edukasi. Sehingga butuh proses yang panjang dengan menggunakan waktu yang relatif lama. Proses edukasi yang terjadi disini Untuk pemain yang berasal dari daerah tersebut, dia akan menjadi lebih tahu tentang budaya dan kearifan lokal yang dimiliki oleh daerahnya. Sedangkan bagi pemain yang berasal dari luar daerah, maka ketika dia memainkan game ini, dia akan menjadi tahu tentang budaya dan kearifan lokal yang dimiliki oleh daerah ini. Disinilah proses sosialisasi dan pencitraan itu terjadi.

Supaya pencitraan ini bisa diakses oleh semua orang dari semua penjuru dunia, maka game ini dikemas sesuai dengan perkembangan teknologi komunikasi. Game akan dikemas dalam game on-line, sehingga semua orang dari belahan dunia manapun dan dari semua latar belakang akan dapat memainkannya. Strategi pencitraan dengan game on-line yang berbasis kearifan lokal ini menjadi salah satu ide untuk membangun citra pemerintah daerah yang positif.

Referensi

- Jefkins, Frank (1992), *Public Relations*. Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Liliweri, Alo (2003), *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta, LKIS
- Littlejohn, Stephen W (1999), *Theories of Human Communication, Sixth Edition*. Singapore, International Thomson Publishing Asia.
- Raharjo, Turnomo (2005), *Menghargai Perbedaan Kultural : Mindfulness dalam Komunikasi Antaretnis*. Yogyakarta, Pustaka Pelajar.

Sartini (2004), *Menggali Kearifan Lokal Nusantara sebuah Kajian Filsafati*. Jurnal Filsafat, Agustus 2004, Jilid 37, Nomor 2, hal. 119

Prestiliano, Jasson (2009), *Role Playing Game (RPG) Maker*. Yogyakarta, Penerbit Andi.

Wasesa, Silih Agung dan Jim Macnamara (2010), *Strategi Public Relations*. Jakarta, Gramedia.