

**PERAN HUMAS PEMERINTAH DALAM MENGEMBANGKAN
POTENSI DAERAH KABUPATEN KULON PROGO**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

RIRIN PUSPITA TUTIASRI

07730021

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2011

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini ;

Nama : Ririn Puspita TutiAsri

NIM : 07730021

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya atau penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya atau penelitian orang lain.

Demikian surat ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 1 Maret 2011



Ririn Puspita TutiAsri
NIM. 07730021



NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Ririn Puspita Tuti Asri
NIM : 07730021
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul skripsi : "Peran Humas Pemerintah Dalam Mengembangkan Potensi Daerah (Studi Deskriptif Pemerintah Kabupaten Kulon Progo)"

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu ilmu komunikasi.

Harapan saya semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 9 Maret 2011
Pembimbing,

Fatma Dian Pratiwi, M.Si
NIP. 19750307 200604 2 001



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : UIN.02/DHS/PP.00.9/ /2011

Skripsi/Tugas Akhir dengan Judul : PERAN HUMAS PEMERINTAH DALAM
MENGEMBANGKAN POTENSI DAERAH
KABUPATEN KULON PROGO

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Ririn Puspita TutiAsri
NIM : 07730021
Telah dimunaqasahkan pada : Kamis, Tanggal 10 Maret 2011
dengan nilai : 85 (A/B)
Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

SIDANG DEWAN MUNAQASYAH :

Ketua Sidang

Fatma Dian Pratiwi, S.Sos.,M.Si
NIP. 19750307 200604 2 001

Penguji I

Dra. Hj. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si
NIP. 19610816 199203 2 003

Penguji II

Drs. Bono Setyo, M.Si
NIP.19690317 200801 1 013

Yogyakarta,

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

DEKAN



Dudung Abdurahman, M.Hum
NIP. 1963036 198903 010

MOTTO

فَذَكِّرْ إِنَّمَا أَنْتَ مُذَكِّرٌ

“Maka berilah peringatan, karena sesungguhnya kami hanyalah orang yang memberi peringatan.” (al Ghaasyiyah : 21)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini Ku persembahkan sebagai rasa cinta ku

Untuk

"KEDUA ORANG TUAKU"

Ayah,,,, Ibu.....

*Yang selalu mendoakan dan memberikan semangat
di setiap langkah-langkahku.....*

§

*Semoga ini Bukan Kebanggaan Terakhir yang ku
Berikan.....*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, sang Maha Pengatur segala alam semesta ini. Allah Maha Besar dengan segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Melalui karya ini, penulis berusaha dengan sistematis memberikan gambaran tentang bagaimana peran Humas Pemerintahan Kulon Progo dalam mengembangkan Potensi Daerah. Penulis sadar bahwa dalam pembuatan skripsi ini tidak terlepas atas bantuan, kesabaran, keuletan, serta semangat yang diberikan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, pada kesempatan inilah penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. **DR. Dudung Abdurahman, M. Hum** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora beserta staf-stafnya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menggali dan mengembangkan ilmu seluas-luasnya selama kuliah di fakultas ini.
2. **Drs. Bono Setyo, M.Si** selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. **Fatma Dian Pratiwi, M.Si** selaku pembimbing Skripsi yang sangat baik dan penuh kesabaran mencurahkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk membimbing dan memberikan petunjuk dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
4. **Seluruh dosen Ilmu Komunikasi**, yang telah banyak memberikan pengetahuan baru dalam bidang komunikasi.
5. **Humas Pemerintahan Kulon Progo** atas segala bantuan dan kerjasamanya selama saya melaksanakan penelitian disana.
6. **Kedua orang tuaku** Bapak Sabarana dan Ibu Sri Suryaningsih yang selalu mendoakan untuk menjadi orang yang berguna, dan mengasihi aku dengan kasih sayang yang tulus.
7. **Kakak-kakak** (Mbak Novilia Sri Retna Purwanigtyas, Mas Wahyudi, A' Yanu Dwi Jatmiko, Mbak Susi Purbandari, A' Nuri Tri Jatmoko, Mbak Nurlina Indraswari) dan

keponakan ku (Dek Aighar Danyya Az-Zahro), terimakasih dukungan dan kasih sayang untuk aku. Mbak A' Aku Lulus

8. Teman-teman Ilmu Komunikasi '07 (Dwi Untari Rahayu makasih semuanya dah nemenin dalam pembuatan karya tulis ini makasih dan makasih, Rifa kapan muter-muter jogja lagi?, Nela makasih yah sahabatku pertemanan ini, Ira makasih yah dukungannya, Faiq nasi kotaknya cari di angkringan kalau inget bikin ketawa, Fian kapan maem tempe bengok lagi?, Fauza makasih yah dah bantuin tugas hadisnya, Irma selalu kangen dengan ketawamu, Ima makasih jamnya jadi gak telat bangun, Husni dari mu aku belajar bersabar, Dila semangat mu meneguhkan aku, Tya jadi ketawa terus kalau dekat, Dudy pak ustad gaul makasih, (Gigih, Cao, Yaslim trio gokil),(mbak chely, Winda, Arina kapan aku nyusul kalian yach??? Doain yah) dan Teman-teman ikom yang tidak dapat saya sebutkan terimakasih buat kebersamaannya, kerjasamanya, dukungannya, serta kenangan indah selama kita berjuang bersama & akan selalu aku ingat sampai kapanpun!! Semoga Persahabatan kita kekal abadi selamanya sebagai saudara, (amien)

9. Buat Sahabatku makasih yach selalu dukung aku (Fistianingsih, Zahro, Fitri, Nia, Dwi, Temen KKN Dlaban) kanda Wahyuantoro makasih dah nemenin ujian dan menginspirasi aku untuk lulus tahun ini.

Terakhir tapi yang terpenting “adalah kalian” semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, tapi pasti kalianlah yang mampu memberikan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Terimakasih buat semuanya... Semoga kita semua selalu dalam lindungan-Nya. Amin!!

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Yogyakarta, 1 Maret 2011
Penyusun,

Ririn Puspita Tuti Asri
NIM. 07730021

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRACTIONS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Landasan Teori	9
1. Hubungan Masyarakat	9
2. Humas Pemerintah	15
3. Tugas Humas Pemerintahan	21
4. Pembangunan Otonomi Daerah	24
G. Metode Penelitian.....	26
1. Jenis atau Format Penelitian.....	22
2. Subjek dan Objek Penelitian	27
3. Metode Pengumpulan Data	27
4. Metode Analisis Data.....	29
5. Triangulasi Sumber	31

BAB II	GAMBARAN UMUM PEMERINTAHAN KABUPATEN KULON PROGO	
	A. Sejarah dan Perkembangan Pemkab Kulon Progo	33
	B. Kondisi Umum	37
	C. Jumlah Tenaga Kerja	39
	D. Lambang dan Semboyan Pemkab Kulon Progo	40
	E. Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo	47
	F. Tugas Humas dan Bagian TI	49
	G. Potensi Kabupaten Kulon Progo	55
	1. Pertanian	55
	2. Pendidikan	55
	3. Investasi	56
	4. Potensi Wisata.....	61
	H. Struktur Organisasi KRKB Gembira Loka.....	72
BAB III	PEMBAHASAN	
	A. Latar Belakang Peran Humas Pemkab Kulon Progo.....	64
	B. Peran Humas Pemkab Kulon Progo	66
	C. Strategi Promosi Potensi Daerah	92
	D. Humas Pemerintah.....	85
BAB IV	PENUTUP	
	A. Kesimpulan.....	91
	B. Saran	92
	C. Kata Penutup.....	92
	DAFTAR PUSTAKA	93
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	
	CURICULUM VITAE	

Daftar Gambar

Gambar 1	Proses Manajement Humas.....	16
Gambar 2	<i>Model-Publicity Of Perss Agentry</i>	20
Gambar 3	<i>Model-Publicity Informations</i>	20
Gambar 4	<i>Model-Two Way Asymmetrical</i>	21
Gambar 5	<i>Model-Two Way Symmetrical</i>	21
Gambar 6	Trianggulasi Sumber.....	32
Gambar 7	Kondisi Bagian Utara.....	37
Gambar 8	Kondisi Bagian Tengah	38
Gambar 9	Kondisi Bagian Selatan.....	38
Gambar 10	Lambang Pemkab Kulon Progo.....	40
Gambar 11	Logo Kulon Progo Binangun.....	45
Gambar 12	Aplikasi Management Humas.....	73
Gambar 13	Aplikasi <i>Model-Two Way Symmetrical</i>	83

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Daftar Tabel

Tabel 1	Jumlah Angkatan Kerja Menurut Tingkat Pendidikan	56
Tabel 2	Potensi Perikanan Laut.....	57
Tabel 3	Analisis SWOT.....	82



ABSTRACTION

Each region has a potential, both natural resources and human resources. Potential areas of every region should be developed well so everybody will know. If the region have a good potential, the region will become prosperous and will get a positive image. Government needs to develop the potential of the region. Likewise, the government of Kulon Progo district should develop its potential through public relations. Public relations of Kulon Progo district must do the functions and the duties properly by communicating the potential of the area so everybody will know. By doing it, public relations has a very big role in developing the potential of the region. With the public relations activities, the potential of the region can be lifted by the mass media. Public relations of Kulon Progo district should have a strategy to create the purposes of the government activities and the regional development. For examples, by expanding the development of the citizen to grow and enhance the image of local capabilities, encourage to reduce poverty, take an advantage from natural resources and human resources properly, and conserve the environment. The activities, which the public relations do, will make a role for developing the region potential to build an image for the government. The role of government public relations is very important in introducing the potential of the region to the public. Public relations of the government do the duties, these are similar to the role of public relations by other companies, by making a good relation between the local government and the community, and also between the investor and with other agencies who become the customers in every activities which the public relations do. This will make the citizen build the region together according to the mission of the government.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Public Relations adalah suatu pekerjaan yang menuntut kemampuan untuk melakukan dialog dan membangun relasi. Baik relasi di dalam suatu organisasi maupun relasi di luar organisasi. Relasi di luar organisasi menjadikan suatu organisasi dikenal publik. Mengenalkan organisasi agar dikenal publik adalah salah satu tugas dari seorang *Public Relations*. Selanjutnya dalam penelitian ini *Public relation* menggunakan (*PR*). Disamping itu *PR* juga harus mempunyai kemampuan untuk memanajemen suatu organisasi dengan baik. Serta bisa membangun iklim yang kondusif. *PR* berperan sebagai "jembatan komunikasi" antara sebuah institusi dengan publiknya, sehingga tercipta pengertian bersama yang terhadap penciptaan citra positif.

Hal ini menunjukkan bahwa praktek *PR* adalah sebuah aktivitas komunikasi, sehingga apabila tujuan dari praktek *PR* disamakan dengan tujuan komunikasi maka diperoleh adanya penguatan dan perubahan pengetahuan, perasaan dan perilaku komunikan (penerima pesan). Sebagai bagian dari manajemen dan sebagai komunikator maka visi dan misi sebuah institusi harus bisa menyampaikannya ke publik dalam wujud citra yang positif. Oleh karena itu *PR* bisa dikatakan sebagai bidang yang menjadi gerbang terdepan dalam suatu organisasi. Sebagai gerbang *PR* harus mempunyai kemampuan terampil

untuk mempersuasi orang lain agar mengetahui dan mengerti dengan organisasi yang sedang dinaungi. Termasuk dalam mengenalkan organisasinya, sehingga publik tahu akan keberadaan organisasi yang sedang dijalankan. Dalam suatu perusahaan atau organisasi di Indonesia PR kurang menyadari peran serta menjalankan tugas sebagai PR, beberapa hal yang menyebabkan hal ini terjadi dikarenakan; pertama, kecenderungan peran PR yang dijalankan diperusahaan hanya sebatas menerbitkan *Internal PR*. Kedua, praktisi PR dalam perusahaan adakalanya tidak memiliki latar belakang pendidikan yang sesuai sehingga tidak bisa menjalankan peran yang ideal. Ketiga, kurangnya inisiatif dalam menjalin hubungan dengan publik-publik perusahaan. Hal ini dapat berdampak pada lambannya pengembangan kemampuan dan kualitas perusahaan. (Prayudi, Tanggung jawab sosial PR dalam Paradigma)

Kondisi tersebut biasa terjadi dalam organisasi-organisasi pemerintah dimana para praktisi PR atau yang sering disebut dengan Humas (Hubungan Masyarakat), belum bisa menjalankan fungsinya serta mempraktekkannya secara optimal. Dalam penelitian ini Penulisan PR digantikan menjadi Humas. Tugas seorang Humas sebagai gerbang suatu organisasi harus mampu memberikan ide agar orang tertarik dengan apa yang ditawarkan. Begitu pula tugas seorang Humas Pemkab (Pemerintahan Kabupaten). Humas harus mempunyai kemampuan untuk menawarkan potensi yang ada di daerah tersebut, sehingga orang tahu dengan potensi daerah yang dimiliki oleh daerah tersebut.

Indonesia adalah negara yang kaya dengan panorama alam, selain itu juga merupakan negara kepulauan yang kaya dengan potensi dan ciri khas setiap pulau atau setiap daerah. Setiap pulau mempunyai ciri khas yang berbeda sehingga menimbulkan daya tarik yang berbeda pula. Potensi daerah itu baik berupa kekayaan alam dan budaya dapat digunakan sebagai modal untuk mengembangkan perekonomian dan kesejahteraan daerah. Kekayaan alam dan budaya itu perlu dipromosikan agar menjadi suatu potensi yang dikenal serta menghasilkan keuntungan. Pengenalan kekayaan daerah menjadikan ciri khas dan citra daerah. Begitu pula Kabupaten Kulon Progo juga memiliki banyak sekali potensi daerah baik dari pariwisata, kekayaan sumber daya alam, serta hasil budidaya masyarakatnya. Dari sektor pariwisata adanya pariwisata alam serta pariwisata kebudayaan. Wisata alam daerah Kulon Progo juga beraneka ragam karena wilayahnya terdiri dari daerah dataran rendah, sedang dan daerah dataran tinggi. Contoh pariwisata yang ada didataran rendah berupa pantai, yaitu pantai Trisik, Bugel, Glagah, Congot. Pariwisata didataran sedang misalnya Waduk Sermo dan Pusat Penangkaran Satwa Langka. Sedangkan pariwisata di daerah pegunungan seperti Gua Kiskendo, Gua Sublawan dan Puncak Suralaya. Kekayaan ini menjadikan Kulon Progo kaya akan pariwisata alam. Keindahan alam berbanding lurus dengan keindahan budaya yang ada di wilayah Kulon Progo yakni sendratari Angguk yang merupakan budaya asli dari daerah Kulon Progo. Ada pula Reog, Campursari, Jatilan yang dipertunjukkan atau digelar setiap minggu keliling dari satu rumah ke rumah.

Sedangkan dari kekayaan sumber daya alam serta hasil budidaya masyarakat yang menjadi potensi daerah seperti: pendidikan, agrobisnis, pertambangan pasir besi, pelabuhan, dan industri. Potensi pendidikan dalam proses perkembangan menjadi lebih baik, terlihat dari visi dan misi Dinas Pendidikan yang masih berpotensi untuk mengembangkan pendidikan baik peningkatan mutu, kualitas pembelajaran, sarana prasarana serta sosial budaya yang kaya dan berpotensi untuk dikembangkan. Di bidang agrobisnis juga menjanjikan seperti pembudidayaan buah naga, bunga rosella, papaya IPB3, cabai, melon, semangka, kelapa, serta hasil pertanian lainnya berpotensi untuk dikembangkan. Begitu pula hasil dari pertambangan seperti: mangan, batu bara muda, marmer, batu gamping, andesit, mikrodiorit, pasir besi, batu mulia serta hasil pertambangan lainnya. Pasir besi diyakini berpotensi mengubah pendapatan daerah setelah adanya pertambangan pasir besi yang dibangun. Proyek pelabuhan yang sedang dikerjakan juga mampu mendatangkan investor dari dalam negeri maupun luar negeri. Usaha industri juga menjadi potensi daerah terlihat dari penghargaan yang diterima bupati Kulon Progo Satya Lencana dibidang usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM).

Banyaknya potensi yang dimiliki baik potensi kekayaan sumber daya alam serta potensi budidaya alam, kurang tereksplor ke publik. Hal ini menjadikan suatu masalah, dimana potensi yang dimiliki tidak dapat didayagunakan secara maksimal. Banyak pengusaha dan pengelola Sumber Daya Alam melupakan mengenalkan potensi yang sedang dikelola. Hal ini menjadikan potensi yang dimiliki tidak bisa berkembang dengan maksimal.

Banyak pengusaha tidak mempromosikan usaha yang dimiliki padahal dengan mengenalkan usaha akan mendukung usaha yang dilakukan. Begitu pula kekayaan potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Kulon Progo kurang tereksplor ke publik. Menjadikan pengelolaan kekayaan yang dimiliki tidak maksimal, bahkan terlupakan.

Penelitian tentang Humas Pemkab Kulon Progo sangat menarik karena dengan tugas Kehumanya berhasil mempromosikan potensi daerah Kabupaten Kulon Progo. Contoh dari pelaksanaan tugas Kehumasan yang dilaksanakan, yakni promosi pariwisata sehingga jumlah wisatawan bertambah. Dengan adanya berita yang dibuat wartawan menjadikan orang tahu akan informasi daerah Kulon Progo sehingga datang dan berkunjung. Berita yang diterbitkan di media massa oleh wartawan itu hasil dari konferensi pers yang diadakan oleh Humas, bekerjasama dengan bidang pariwisata. Dalam konferensi tersebut disebutkan daerah pariwisata yang menarik, hiburan apa yang didapat, serta kondisi jalan yang baik. Dengan pemberitaan tersebut kunjungan wisatawan ke salah satu potensi yang dimiliki bertambah, hal ini terlihat dari pemberitaan surat kabar. Harian Kedaulatan Rakyat pada tanggal 23 September 2010, menulis jumlah wisatawan yang berkunjung selama liburan Lebaran tahun 2010 di Kabupaten Kulon Progo meningkat yaitu sebanyak 3.057 orang, dibandingkan pada tahun 2009 pengunjung sebanyak 63.535 pengunjung. Pengunjung tahun 2010 sebanyak 66.592 pengunjung, tujuannya pantai Glagah, Congot, Trisik, Sermo, Goa Kiskendo dan Suralaya, dari 66.592 pengunjung terbanyak di pantai glagah. Humas menjalankan

fungsinya Kehumasan dengan baik karena berperan mengembangkan potensi daerah Kulon Progo lewat kegiatan Komunikasi yang dibangun.

Dengan kegiatan kehumasan yang dilakukan potensi daerah dapat terangkat ke media massa baik cetak maupun elektronik. Humas Pemkab Kulon Progo memiliki strategi untuk mewujudkan tujuan kegiatan pemerintah dan pembangunan daerah. Diantaranya memperluas pengembangan masyarakat untuk menumbuhkan dan meningkatkan citra kemampuan daerah, mendorong untuk mengurangi kemiskinan, memanfaatkan SDA dan SDM dengan baik, melestarikan lingkungan hidup. Dari situ penulis tertarik untuk meneliti strategi dan peranan Humas di Pemkab Kulon Progo.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, penulis merumuskan masalah sebagai berikut : Bagaimanakah peran yang dilakukan Humas Pemkab Kulon Progo dalam upaya membangun dan mempromosikan potensi daerah?

C. Batasan Masalah

Penulis membatasi pembahasan hanya pada perkembangan strategi promosi potensi daerah yang dilakukan Humas Pemkab Kulon Progo. Sebagai peranya untuk membangun citra yang baik bagi Kabupaten Kulon Progo.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian ini untuk : Mengidentifikasi peran yang dijalankan Humas Pemkab Kulon Progo dalam upaya membangun dan mempromosikan potensi daerah.
2. Kegunaan penelitian
 - a. Teoritis :

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam memperkaya wawasan ilmu komunikasi pada kajian PR atau Humas dalam strategi meningkatkan citra dalam pemerintahan.
 - b. Praktis :

Sesuai dengan tujuannya yaitu mengetahui bagaimana peran PR atau Humas pemerintahan dalam meningkatkan potensi daerah yang dipunyai.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian tentang kehumasan telah banyak dilakukan, sebagai rujukan dalam pembuatan skripsi ini adalah pertama,

Penelitian di bidang Humas menurut Decy dalam penelitian yang berjudul Perbandingan Peran, dan Fungsi, dan Kedudukan antara Humas Pemkab Cilacap dengan Humas Pemkab Banyumas, menjelaskan peran dan fungsi dari Humas dan protokol yang dapat berperan sebagai jembatan penghubung antara masyarakat dengan pemerintah. Kelebihan dari skripsi ini dapat dilihat peran yang dilakukan oleh Humas, kedudukan Humas. Kekurangan dalam skripsi ini tidak adanya perbedaan dari fungsi manajemen

yang dilakukan oleh pemerintah kabupaten yang berbeda. Penelitian yang serupa juga dilakukan oleh Wirawan Hanafi peran PR dalam membangun *corporate identity* kelebihan dari penelitian ini bisa menjelaskan peran yang dilakukan PR dalam membangun corporate identity dengan membantu merumuskan *corporate identity* bersama manajemen, mensosialisasikan, dan memelihara *corporate identity* sehingga seluruh *stakeholder* dapat mengerti, memahami, dan mempersiapkan corporate identity yang baru. Kekurangan skripsi ini yakni pada tahap evaluasi terasa kurang efektif karena efek maupun masalah yang timbul pada tahun berikutnya tidak teridentifikasi. Dengan begitu peran yang dilakukan oleh Humas kurang maksimal.

Di sisi lain peran Humas menurut Hening Pangastutiningsih; 2006, Analisis Strategi Kegiatan *Eksternal Relations* Humas Pemerintah Kabupaten Bantul Dalam Menciptakan Hubungan Harmonis Dengan Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, menjelaskan peranan Humas yaitu mengembangkan strategi kegiatan merupakan salah satu bagian yang berada pada struktur suatu organisasi pemerintah, Humas bertugas menyebarluaskan informasi dan komunikasi kepada masyarakat dan sebagai jembatan penghubung antara masyarakat dan pemerintahan. Skripsi yang diteliti ini menjadi acuan dalam penelitian Humas di Pemkab Kulon Progo bedanya skripsi yang diteliti oleh peneliti yakni peran Humas dalam mengembangkan potensi daerah sedangkan skripsi yang telah diteliti peranan Humas dalam menyebarkan informasi. Setiap masing-masing dari penelitian

yang pernah dilakukan memberikan gambaran peran yang dilakukan oleh Humas untuk mengelola dan memajukan organisasi

Penulis ingin meneliti dari sisi yang berbeda, yakni meneliti peran Humas dan potensi daerah yang dimiliki. Humas menjadi gerbang pertama untuk memajukan suatu organisasi. Hal ini menjadikan Humas harus mampu menyusun strategi yang pas untuk hubungan internal maupun hubungan eksternal.

F. Landasan Teori

1. Peran Humas

a. Definisi Humas

Peran Humas sangat penting yaitu sebagai jembatan penghubung antara *public interen* dengan *public eksteren*. Para ahli mendefinisikan tentang PR sangat beragam, *Institute of Public Relations* (IPR) mendefinisikan sebagai :

Keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayak, sehingga PR di sini sebagian suatu rangkaian kegiatan yang terorganisir sedemikian rupa sebagai upaya kampanye yang berkesinambungan dan teratur. Pengertian Humas secara umum merupakan komunikasi dua arah antara organisasi dan dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan organisasi dalam meningkatkan pembinaan kejasama dan pemenuhan

kepentingan bersama. Menurut para ahli (The Internasional Public Relations) mengenai definisi dirumuskan dalam suatu definisi PR dalam (Effendy,2002:221) :

“Public relations is a management function of a continuing and planned character, through which public and private organizations and institutions seek to win and retain the understanding, sympathy, and support of those with whom they are or may be concerned, by evaluating public opinion about themselves, in order to correlate as far as possible, their own policies and procedure to achieve, by planned and widespread information, more productive cooperation and more efficient fulfillment of their common interest.”

Yang diartikan: Hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen dari sikap budi yang terencana, dengan itu organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga yang bersifat umum dan pribadi berupaya membina pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada kaitannya dan yang mungkin ada hubungannya dengan jalan menilai pendapat umum di antara mereka, untuk mengoreksi sedapatnya mungkin kebijaksanaan dan tata cara mereka, yang dengan informasi yang berencana dan tersebar luas dapat mencapai kerjasama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien.

Sedangkan Jefkins (1988:99) berpendapat bahwa PR Communication akan lebih berhasil apabila sebelumnya telah diadakan informasi dan usaha pengertian suatu produk atau jasa. Jefkin juga berpendapat: PR adalah suatu rangkaian kegiatan yang terdiri dari semua bentuk komunikasi berencana (baik ke dalam/internal maupun keluar/eksternal) antara organisasi dengan masyarakat, dengan maksud

untuk mencapai tujuan-tujuan khusus mengenai pencapaian pengertian bersama (*common understanding*). Penguatan didalam dalam luar organisasi menurut Jefkin penting sekali dengan adanya penguatan baik dari dalam maupun dimasyarakat sekitar maka akan menimbulkan pengertian bersama. Pengertian bersama ini yang akan menimbulkan pengertian atau saling memahami antara pihak eksternal dan pihak internal.

Sedangkan menurut Rahmat dan Mulyana: Humas atau PR senantiasa berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan. Melalui kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan akan muncul suatu dampak, yakni berupa perubahan yang positif. Dengan demikian, Humas adalah suatu bentuk komunikasi yang berlaku terhadap semua jenis organisasi, baik itu bersifat komersial maupun nonkomersial, pemerintah maupun swasta. (Rudy, 2005: 78)

b. Peran Hubungan Masyarakat

Adanya peranan atau fungsi yang dilakukan Humas dalam suatu organisasi menurut I gusti Ngurah Putra dalam majalah journal Ikatan Sarjan Komunikasi Indonesia; “komunikasi & budaya” (1997:126-127) Apakah praktisi Humas tersebut berkemang menjadi atau memiliki kemampuan sebagai “kemampuan manajerial” (*manager skill*) atau *public relations manager*, dan memiliki “kemampuan teknis” dalam komunikasi (*communication manager role*). Dapat terjadi kedua model peranan praktisi humas profesioal tersebut harus dikuasai sekaligus

oleh praktisi humas bersangkutan dalam melaksanakan fungsinya pada aktivitas dan operasional manajemen organisasi (rosady, 2002:23-24).

Sehingga peranan Humas adalah suatu kegiatan dalam suatu organisasi kepada masyarakat yang berdasarkan hubungan yang saling menguntungkan agar masyarakat mengerti apa yang dilakukan organisasi serta mendapatkan kebijakan yang dibuat untuk mendapatkan kepercayaan Dr. Carte Mc Namara (2002:1) membuat definisi yang lebih menujuk pada tujuan aktivitas Publik Relations sebagai aktivitas berkelanjutan untuk menjamin perusahaan memiliki citra yang kuat di mata publik (iriantara, 2004:44)

Peran Humas akan semakin penting bagi suatu perusahaan dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif karena itikad baik (goodwill) menjadikan suatu bagian terpenting, menurut silih agung wasesa peran Humas / *Public Relations* dalam sebuah perusahaan dipilah menjadi dua bagian:

1) Untuk kepentingan internal perusahaan

Peran ini menekankan bagaimana Humas juga memiliki tanggungjawab dalam membentuk citra perusahaan dikalangan Stakeholder internal. Humas juga bertanggung jawab untuk mendukung manajemen dalam menciptakan kenyamanan bekerja di perusahaan

2) Untuk kepentingan eksternal perusahaan

Peran ini menekankan bagaimana Humas dalam membangun relasi yang saling menguntungkan dengan stakeholder eksternal (2004:34). Peranan yang dilakukan oleh Humas dengan mempunyai ruang lingkup yang harus di kerjakan.

c. Ruang Lingkup Humas

Humas memiliki bidang-bidang atau ruang lingkup kegiatan untuk menjalankan tugas dan fungsinya dalam menjalin komunikasi dengan masyarakat. Ruang lingkup Humas adalah:

1) Hubungan dengan Pelanggan (*Customer Relations*)

Hal ini menyangkut kegiatan seperti memberi informasi kepada pelanggan atau nasabah, menjelaskan prosedur, tata cara, waktu, menyampaikan pesan-pesan, laporan berkala (melalui brosur, jurnal, *gazette*, surat dan sebagainya), menyelenggarakan acara/kegiatan bersama pelanggan (*sarasehan, tea walk, business gathering*, dan lain-lain), menciptakan suasana kenyamanan/kemudahan bagi urusan para pelanggan dan melayani pelanggan atau tamu bila menyangkut pemeliharaan citra atau penyampaian informasi.

2) Hubungan dengan Masyarakat/Penduduk (*Community Relations*)

Hal ini menyangkut kegiatan membina hubungan baik dengan penduduk/masyarakat yang sekurang-kurangnya meliputi penduduk di sekitar lokasi pabrik/perusahaan/toko atau sekitar kantor organisasi/

lembaga yang bersangkutan

3) Hubungan dengan Pers/Media Massa (*Press Relations*)

Hal ini mencakup kegiatan membuat *clippings* (guntingan berita dari Koran, majalah dan lain-lain) serta menganalisa pendapat umum (opini publik) atau aspirasi kelompok-kelompok tertentu (*specific group opinion*), menyampaikan informasi dan pernyataan resmi melalui media massa, menyelenggarakan acara jumpa pers (*press conference*) atau menyusun dan mengedarkan keterangan pers (*press release*), membina hubungan komunikasi dua arah dengan wartawan dan redaksi media massa (Surat kabar, Tv, Radio, Majalah, Tabloid, dan lain-lain)

4) Hubungan dengan Instansi Pemerintah (*Government Relations*)

Hal ini menyangkut kegiatan pembinaan dan penyelenggaraan hubungan komunikasi dua arah dengan instansi-instansi pemerintah (pemerintah daerah/provinsi/kabupaten/kota, pihak kepolisian, dinas tenaga kerja, dinas perindustrian, dinas pariwisata, dan lembaga lainnya), upaya perolehan informasi actual dari berbagai instansi pemerintah dan sebaliknya menyampaikan informasi kepada instansi tersebut.

5) Hubungan dengan Karyawan/Pegawai (*Employee Relations*)

Hal ini mencakup kegiatan pembinaan hubungan ke dalam (pimpinan dengan karyawan dan sesama bawahan) yang memang terkesan agak tumpang-tindih dengan fungsi/tugas Bagian

Kepegawaian (Personalia). Contohnya seperti penyelenggaraan acara arisan, buka puasa bersama (di bulan Ramadhan), rekreasi bersama, memonitoring (memantau) memotivasi dan semangat kerja karyawan, menseleksi pegawai/karyawan berprestasi untuk diikutkan program diklat. Namun adapula yang secara spesifik sebenarnya merupakan ruang lingkup Kehumasan yaitu menyampaikan kebijakan organisasi/perusahaan kepada karyawan dan sebaliknya menampung serta memantau aspirasi karyawan untuk disampaikan kepada pimpinan. Dengan demikian, diharapkan tercipta suasana harmonis/selaras dalam kegiatan organisasi atau perusahaan.

6) Hubungan dengan berbagai pihak terkait (*Stakeholder Relations*)

Hal ini mencakup kegiatan yang menunjang atau terus-menerus berhubungan dengan kegiatan organisasi/perusahaan atau lembaga (seperti agen-agen, supplier, distributor) dan juga mencakup hubungan dengan para pemegang saham (*Shareholder Relations*).

(Widjaja, 2008:74)

2. Humas Pemerintah

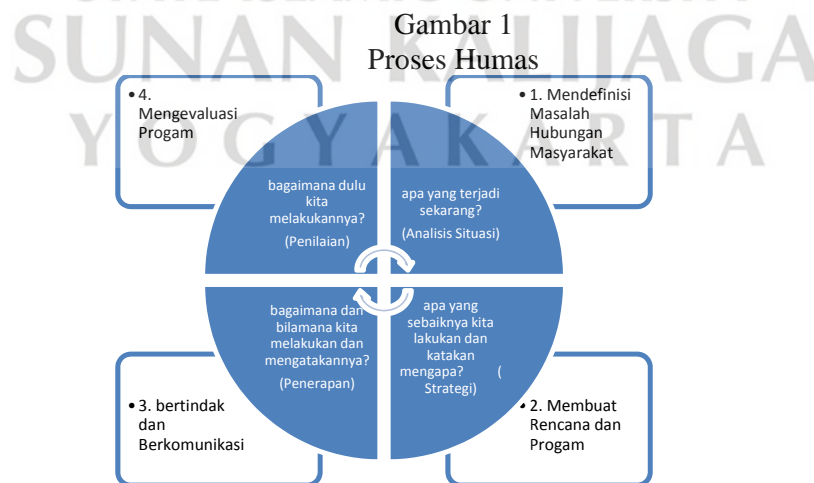
a. Fungsi Humas Pemerintahan

Humas dalam pelaksanaan menjalankan fungsinya, fungsi utama sebagai Humas yaitu melaksanakan upaya-upaya untuk menumbuhkan, memelihara dan membangun citra. Citra positif untuk memberikan kesan atau *image* bagi organisasi. Dalam implementasinya fungsi

Humas adalah untuk membentuk atau membangun pendapat umum (*Public opinion*). Hal ini sebenarnya juga berkaitan dengan citra, karena upaya mengarahkan atau membentuk pendapat umum : untuk menumbuh-kembangkan pengertian dan persepsi masyarakat (terhadap pemerintah, undang-undang, kebijakan pemerintah, organisasi, perusahaan, produk, dan lain-lain) untuk meraih kepercayaan kalayak (*public*) dan bisa memperoleh songkongan dari masyarakat, akan berujung pada hal-hal yang menyangkut citra juga.

b. Humas sebagai Fungsi management

Humas sebagai fungsi manajemen berperan sama atau setara dengan kegiatan manajemen lainnya seperti: produksi, administrasi keuangan, pemasaran, distribusi, pembinaan personalia, dan lain sebagainya. Dalam bentuknya yang paling maju, Humas merupakan bagian dari pemecahan masalah dan proses perubahan organisasi, yang dikelola menurut ilmu pengetahuan. Proses management yang dilakukan Humas dalam pelaksanaan perannya.



- a) Mendefinisikan masalah (atau peluang). Langkah pertama ini mencakup penyelidikan dan pemantauan pengetahuan, opini, sikap, dan perilaku mereka yang peduli dan terpengaruh oleh tindakan dan kebijakan organisasi. Intinya ini merupakan fungsi kecerdasan organisasi. Langkah ini member landasan bagi semua langkah proses pemecahan masalah lainnya dengan menentukan, “apa yang sedang terjadi?”
- b) Membuat rencana dan program. Informasi yang terkumpul pada langkah pertama digunakan untuk membuat keputusan tentang publik program, tujuan, tindakan, serta strategis, taktik, dan tujuan komunikasi. Untuk itu penemuan dari langkah pertama harus dijadikan factor kebijakan dan program organisasi. Langkah kedua dari proses ini menjawab “ Berdasarkan situasi yang telah kita pelajari, apa yang sebaiknya kita ubah, lakukan, dan katakana?”
- c) Bertindak dan berkomunikasi. Langkah ketiga mencakup pelaksanaan program tindakan dan komunikasi yang dirancang untuk mencapai tujuan spesifik bagi setiap publik demi mencapai tujuan program. Pertanyaan dalam langkah ini adalah “siapa yang harus melakukan dan mengatakannya, serta kapan, dimana, dan bagaimana?”
- d) Mengevaluasi program. Langkah terakhir dari proses ini mencakup penilaian persiapan, pelaksanaan, dan hasil program. Saat program sedang dilaksanakan, dibuat penyesuaian berdasarkan evaluasi umpan balik tentang bagaimana program berjalan atau tidak berjalan. Program diteruskan atau dihentikan setelah dipelajari, Bagaimana kita sekarang, atau dulu?” (Cultip, Center, Broom, 2005:268-269)

Mengacu pada IPRA antara lain “Hubungan Masyarakat merupakan komunikasi dua arah antara organisasi publik secara timbal balik dalam mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerjasama serta pemenuhan kepentingan bersama” (Ruslan, 1999:102) untuk menjalankan fungsi demi kepentingan menjaga nama baik dan citra organisasi yaitu edukatif dan informatif secara persuasive yang mendukung ajakan atau imbauan.

Dengan melihat pengertian tersebut PR atau Humas diharuskan menggunakan suatu metode untuk manajemen yang berdasarkan atas tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan komunikasi yang

baik, komunikasi yang diperlukan adalah komunikasi dua arah yaitu Two Way Symmetrical Model (Model Simetries Dua Arah), model ini menekankan Pentingnya perubahan perilaku organisasi untuk merespon tuntutan publik. Praktisi PR suatu organisasi selain berfungsi membujuk publik, ia juga berusaha untuk mempersuasi pihak manajemen organisasi agar mau memperhatikan apa yang menjadi keinginan publik. Pada model ini tujuan PR, adalah pengertian bukan manipulasi. Komunikasi yang dilakukan merupakan proses timbal balik dari proses komunikasi yang dilakukan, komunikator menyampaikan pesan dan mendapatkan timbal balik atau *fedd back* dari pesan yang disampaikan. Hubungannya dengan kegiatan PR sebagai lembaga pemerintah daerah yang bertugas menyampaikan informasi dan menyosialisasikan suatu kebijakan kepada publiknya, baik pihak intern maupun publik eksternal.

Dari Proses manajemen diatas perlu diketahui tentang organisasi atau instansi tersebut dengan sebuah analisis yang disebut dengan Analisis SWOT. Dengan analisis ini dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman organisasi kekuatan dan kelemahan organisasi berada pada lingkungan internal, sedangkan peluang dan ancaman berasal dari lingkungan eksternal organisasi. Hasil dari analisis SWOT bisa memetakan posisi orgaisasi diantara organisasi serupa atau dalam lingkungan organisasi secara keseluruhan. Proses strategi yang disebut dengan SWOT (*strength, weakness,*

opportunities, dan threats). analisis eksternal akan memberikan gambaran tentang peluang dan ancaman (OT), sedangkan analisa lingkungan akan memberikan gambaran tentang keunggulan dan kelemahan (SW) dari perusahaan. Tahap kedua menentukan dan menerapkan arah dari organisasi. Tahap ini melihat misi dan tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan misi perusahaan nantinya akan memberikan gambaran yang baik teradap pelanggan pasar, filosofi, citra yang digunakan sebagai citra perusahaan.

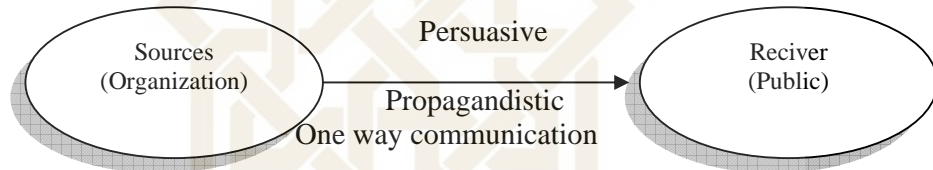
Tahap ketiga, dari formulasi strategi yakni proses merancang dan menyeleksi berbagai strategi untuk penyampaian misi dan tujuan organisasi. Sehingga membangun dan mencapai citra positif dimata publik menjadi focus utama. Ada tiga formulasi strategi yang digunakan pada inggkat *corporarate* yakni strategi umum, busines portofolio models, dan menggunakan SWOT. Untuk menguatkan strategi management peneliti menggunakan formulasi strategi SWOT. (Zulkiflimansyah,2007, 16-17)

Sedangkan Rosady Ruslan, dalam bukunya Metode Penelitian *Public Relations* dan Komunikasi (2003:103), mengutip pernyataan James E. Grunig, bahwa terdapat 4 (empat) model komunikasi PR (*Four Typical Ways of conceptual and practicing communications*) dan penjelasannya sebagai berikut:

1) Model-Publicity Of Press Agency

Model ini menggambarkan program-program Humas dengan tujuan tunggal yaitu untuk memperoleh publisitas melalui media massa yang menguntungkan secara sepihak sehingga mengabaikan kebenaran informasi. Model ini digunakan untuk aktivitas promosi yang bersifat persuasif.

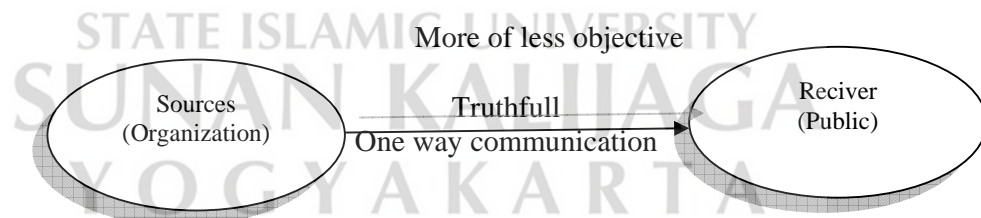
Gambar 2
Model-Publicity Of Press Agency



2) Model-Public Information

Dalam model ini Humas membangun relaasi atau kepercayaan sebelum menyebarkan informasi kepada publik, lebih menekankan pada unsur kebenaran dan objektivitas informasi.

Gambar 3
Model-Public Information

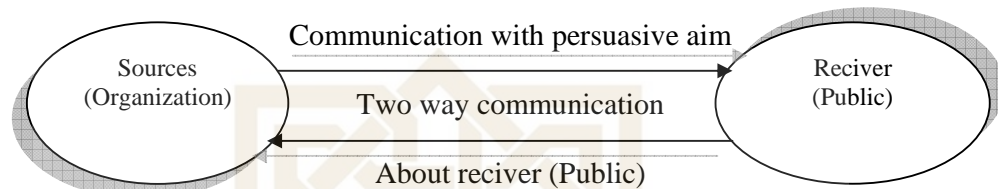


3) Model –Two Way Asymmetrical

Dalam model ini Humas mendominasi penyampaian pesan, pesan yang disampaikan sudah berdasarkan riset dahulu sehingga pesan-pesan yang disampaikan lebih mengena untuk membujuk

publik untuk berpikir, bersikap, dan bertindak seperti yang diinginkan organisasi.

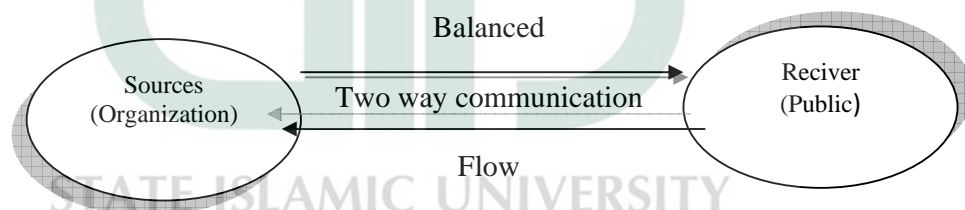
Gambar 4
Model –Two Way Asymmetrical



4) Model-Two Way Symmetrical

Model komunikasi dua arah menggambarkan hubungan yang berimbang yaitu kemampuan Humas dalam menyelesaikan konflik dengan memberikan pemahaman kepada publik dengan baik serta melakukan perubahan pada organisasi.

Gambar 5
Model-Two Way Symmetrical



3. Tugas Humas Pemerintahan

Humas merupakan komunikator yang mempunyai fungsi keluar, memberikan informasi kepada khalayak sesuai dengan kebijakan instansinya dan kedalam, wajib menyerap reaksi dari khalayak untuk kepentingan instansinya, Humas juga merupakan suatu alat untuk memperlancar jalanya interaksi serta penyebaran informasi (Widjaja, 2005:63). Humas pemerintah pada dasarnya memiliki perbedaan yang

mendasar dengan Humas perusahaan komersial. Perbedaan utama antara fungsi Humas yang terdapat di instansi pemerintah dan lembaga non pemerintah (perusahaan komersial). Tidak ada produk yang diperjual belikan atau transaksi yang terjadi, baik berbentuk barang maupun jasa pelayanan yang ditawarkan kepada pihak yang membutuhkan secara komersial. Walaupun ada pihak Humas Pemerintah melakukan hal yang sama dengan perusahaan komersial seperti melakukan kampanye, publikasi, promosi, dan iklan, namun hal tersebut lebih mendekatkan kepada publik servis atau utilities demi kepentingan pelayanan umum.

Tugas Humas pemerintah meliputi:

- a. Tugas Strategi : Ikut serta dalam decision making proses
- b. Tugas Taktiks : Memberikan informasi, memberikan motivasi, menjalankan komunikasi timbal balik, membuat citra yang baik.

Tugas strategis harus dimiliki karena Humas mempunyai fungsi sebagai juru bicara dan koordinator lalu lintas informasi dengan masyarakat, sedangkan tugas taktis diartikan sebagai mengamankan kebijaksanaan pemerintah (Widjaja, 2005:63). Saluran untuk memperlancar jalannya interaksi dan penyebaran informasi mengenai publikasi pembangunan melalui kerjasama dengan pihak pers, media cetak, atau elektronik dan lainnya.

Menurut William I. Greener Jr dan George J. Tanber, pada level paling dasar, Humas pemerintah merupakan proses penyebaran informasi dari pemerintah. Tapi ketika dikaitkan dengan tugas kesekretariatan maka

definisi ini akan menjadi lebih luas. Humas Pemerintah akan terlibat dalam upaya-upaya untuk mengatasi krisis manajemen pemerintah sebagaimana yang dilakukan oleh departemen dalam negeri. Selain itu, Humas pemerintah juga akan terlibat dalam upaya-upaya untuk menciptakan atau meningkatkan citra pemerintah dan publisitasnya sebagaimana yang dilakukan oleh anggota kongres dan sekretaris pers (Lesy, 1992 : 41)

Adanya program kerja Humas yang dilaksanakan pemerintah dapat menyampaikan informasinya atau memberikan penjelasan mengenai tindakan serta kebijakan serta tindakan yang berhubungan dengan aktivitas yang dijalankan oleh pemerintah. Humas lembaga pemerintahan mempunyai beberapa cara untuk melaksanakan tugas utamanya. Menurut John D. Millet tugas Humas pemerintahan meliputi:

- 1) Mengamati dan mempelajari tentang hasrat, keinginan-keinginan dan aspirasi yang terdapat dalam masyarakat
- 2) Kegiatan memberikan nasihat oleh instansi atau sumbangan untuk menanggapi apa yang sebaiknya dilakukan oleh instansi pemerintahan seperti yang dikehendaki publiknya
- 3) Kemampuan untuk mengusahakan terjadinya hubungan memuaskan yang diperoleh antara hubungan publik dengan aparat pemerintah
- 4) Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh instansi yang bersangkutan (Ruslan, 2008:342)

Dengan adanya peran Humas pemerintah sebagai tugas utamanya dalam menjalankan fungsinya, menjadikan sebagai jembatan penghubung antara pemerintah dan masyarakat. Mengamankan kebijakan yang dimiliki pemerintah serta menginformasikan kebijakan tersebut dengan baik kepada masyarakat. Sedangkan menurut Wijaya Humas mempunyai beberapa tugas yang perlu diperhatikan sebagai berikut:

- a. Pelaksanaan tujuan kedalam dan keluar melalui pendekatan informative, edukatif, persuasive dan dihindarkan pendekatan yang bersifat imperatif dan punitif.
- b. Proses komunikasi lewat kegiatan dilakukan berencana dan terus menerus yang meliputi keterampilan komunikator, pesan yang disampaikan akurat, objektif, punya daya pengaruh yang kuat berhasilnya mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

Bagi Humas pemerintahan kegiatan kehumasan dapat ditempuh secara struktural dalam wadah organisasi lembaga didukung oleh personal yang memiliki profesi yang sama atau antara lembaga fungsional pemerintahan secara fungsional dapat mendukung kerjasama yang baik guna melaksanakan komunikasi. (Widjaja, 2008:53)

4. Pembangunan Otonomi Daerah

Pemerintah dalam membangun daerahnya membutuhkan sarana dan prasarana dalam mendukung penyelenggaraan otonomi daerah memerlukan suatu tindakan untuk mengatur kegiatan yang dilakukan. Pemerintah membutuhkan kewenangan yang luas, nyata dan bertanggung jawab di daerah secara proporsional dan berkeadilan, jauh dari praktek korupsi, kolusi serta nepotisme. Dengan itu mewujudkan kemampuan daerah dalam mengatur dan mengurus rumah tangga dibidang keuangan. Kemampuan keuangan sangat penting dalam pemerintahan untuk menjalankan otonomi daerah. Pentingnya posisi keuangan ini menurut Pramuji : Pemerintah Daerah tidak akan melaksanakan fungsinya dengan

efektif dan efisien, tanpa biaya yang cukup untuk memberikan pelayanan dan pembangunan. Dan keuangan ini lah yang merupakan salah satu dasar kriteria untuk mengetahui secara nyata kemampuan Daerah dalam mengurus rumah tangganya. (Kaho, 1988:125)

Pendapat dari Kaho ini menegaskan bahwa setiap daerah harus mampu mengurus rumah tangganya dengan menyelenggarakan tugas, kewajiban dan kewenangan setiap daerah. dengan pendanaan atau dana operasional pembangunan. Dengan begitu daerah membutuhkan sumber keuangan untuk melaksanakan kegiatan daerah. Pembangunan merupakan perubahan menuju pola-pola masyarakat memungkinkan realisasi yang lebih baik dari nilai-nilai kemanusiaan yang memungkinkan suatu masyarakat mempunyai kontrol yang lebih terhadap diri mereka sendiri. (Zulkarimen, 2004: 28).

Otonomi daerah adalah penyelenggaraan urusan pemerintah oleh pemerintah daerah dan DPRD menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksudkan dalam undang-undang dasar republic Indonesia tahun 1945. (Rozali, 2007 : 191). Sedangkan undang-undang No.32 tahun 2004 yang mengatur pemerintahan Daerah adalah kewenangan daerah otonomi untuk mengurus dan mengatur masyarakat setempat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Setiap pembangunan yang dilaksanakan membutuhkan dana, sehingga

membutuhkan investasi baik dari pihak pemerintah maupun dari pihak swasta. Potensi yang dimiliki oleh daerah bisa dikembangkan untuk menambah pemasukan pendapatan daerah.

G. Desain Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian peran Humas dalam mengembangkan potensi daerah yang ada di Kabupaten Kulon Progo, yakni penelitian kualitatif. Dimana penelitian ini tidak mencari hubungan antara variabel dan hanya bertujuan melukiskan secara sistematis mengenai fakta atau karakteristik populasi atau dibidang tertentu secara faktual atau cermat (Rakhmat, 2000;24) Prosedur pemecahan permasalahan yang diselidiki dapat menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian suatu lembaga, masyarakat dan lain-lain. Penelitian deskriptif bertujuan sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada
- b. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku
- c. Membuat perbandingan dan evaluasi
- d. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menerapkan rencana atau keputusan pada waktu yang akan datang (Rakmat, 2005)

2. Subyek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian dari penelitian ini adalah staf dari kehumasan dan informasi Pemkab Kulon Progo. Peneliti meneliti kegiatan yang dilakukan Humas Pemkab Kulon Progo baik kegiatan eksternal maupun kegiatan internal. Objek penelitian ini fokus pada peranan Humas Pemkab Kulon Progo dikaitkan dengan tugas dan fungsinya sebagai sarana promosi potensi daerah. Keberhasilan penyelenggaraan tugas dan fungsi peran Humas Pemkab Kulon Progo ditentukan sebagai faktor seperti kegiatan yang dilakukan. Sebagai faktor penunjang kegiatan eksternal maupun kegiatan internal yang dilakukan untuk menguatkan citra potensi daerah di Kabupaten Kulon Progo.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mencari informasi guna mendapatkan data-data yang diperlukan, maka dibedakan menjadi dua jenis yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau bersumber dari objek penelitian perorangan kelompok, dan organisasi dengan cara penelitian di lapangan.

1) Wawancara

Wawancara sebagai cara utama dalam mengumpulkan data atau informasi Wawancara yaitu proses tanya jawab secara lisan antara kedua belah pihak yang mempunyai kaitan dengan masalah yang diteliti. Wawancara akan dilakukan secara mendalam (*in depth interview*) untuk

memperoleh data yang mencakup hal-hal yang berkaitan dimasa lampau, sekarang dan masa datang. Teknik yang digunakan adalah wawancara bebas terpimpin untuk memudahkan penulis dalam memperoleh data secara maksimal dalam suatu kebebasan dan kewajaran. Wawancara dilakukan dengan menggunakan dua jenis pertanyaan. *Pertama*, wawancara terstruktur yaitu menggunakan daftar pertanyaan yang telah dibuat oleh penulis sebagai panduan (*interview guide*). Dan *kedua*, wawancara tak terstruktur, yakni menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang muncul secara spontan dan merupakan perkembangan dari daftar pertanyaan yang ada yang sifatnya informal. Orang-orang yang akan diwawancarai: Kepala Humas Pemkab Kulon Progo, Kasi Pemberitaan, Staf Pemberitaan.

2) Observasi

Observasi yaitu pengamatan langsung terhadap obyek penelitian. Observasi memungkinkan peneliti mengamati lebih dekat gejala, dalam hal ini peneliti dapat mengambil jarak sebagai pengamat semata-mata, atau dapat pula melibatkan diri didalam situasi yang diselidiki, ataupun secara aktif berpartisipasi. Beberapa cara observasi yang lazim dilakukan adalah: catatan informal, sesuatu bentuk tingkah laku yang masuk dalam rangka masalah, ditulis sebagai catatan pengamatan sehingga akhirnya terdapat serangkaian catatan yang berpusat pada masalah yang diselidiki, daftar cek, sebuah daftar yang dimaksudkan sebagai penolong untuk catatan setiap faktor secara sistematis.

b. Data Skunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan diberbagai organisasi atau perusahaan.

1) Data Internal

Data internal data yang diperoleh atau bersumber dari dalam perusahaan bersangkutan, seperti jumlah karyawan, bentuk-bentuk penawaran seperti jumlah karyawan, laporan publikasi, laporan kegiatan, dokumentasi, dan profile perusahaan

2) Data eksternal

Data eksternal data yang bersumber dari luar perusahaan, tanggapan atau opini publik, situasi, dan kondisi sosial yang menjadi bahan informasi terkini atau faktual dalam proses riset.

4. Metode Analisis Data

Penelitian melalui triangulasi menurut Moleong (2004:330) adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan pengecekan sumber lain untuk pembandingan, yaitu penggunaan a) sumber, b) metode, c) penyidik dan, d) teori secara kualitatif. Artinya, teknik triangulasi adalah sebagai upaya untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks pengumpulan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan, dengan kata lain bahwa pihak peneliti dapat melakukan *chek and recheck* temuan-temuannya dengan cara membandingkan, yaitu melakukan:

Pertama, teknik triangulasi dengan sumber yang berarti membandingkan dan pengecekan balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda melalui:

- a. Perbandingan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
- b. Perbandingan apa yang dikatakan seseorang didepan umum
- c. Perbandingan apa yang dikatakan tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- d. Perbandingan keadaan dan perspektif seseorang berpendapat sebagai rakyat biasa, dengan yang berpendidikan dan pejabat pemerintah

Kedua, teknik triangulasi dengan metode, yaitu terdapat dua strategi, yaitu:

- a. Pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian melalui beberapa teknik pengumpulan data, dan
- b. Pengecekan derajat kepercayaan beberapa data dengan sumber yang sama.

Ketiga, teknik triangulasi penyidik, dengan memanfaatkan penelitian atau pengamatan lainnya untuk pengecekan kembali derajat kepercayaan data. Cara lain adalah membandingkan hasil pekerjaan seorang analisis dengan yang lain, dan pemanfaatan teknik untuk mengurangi pelencengan dalam pengumpulan suatu data hasil penelitian.

Keempat, teknik triangulasi teori, berdasarkan anggapan bahwa fakta tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu teori atau lebih, dan dapat dilaksanakan dengan penjelasan banding (*rival explanation*)

Menurut Lexy J. Moleong (2002:178) dalam rangka menguji

kebenaran data/memeriksa keabsahan data digunakan teknik triangulasi dengan menggunakan pemeriksaan sumber-sumber lain yaitu dengan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan sumber yang berbeda. Hal ini dapat dicapai dengan cara membandingkan antara data hasil wawancara dengan data yang diperoleh dari hasil pengamatan dan dari dokumentasi. Data akan dikategorikan valid apabila telah terjadi keajegan yang diperoleh dari berbagai sumber.

Analisis data dimulai sejak data dikumpulkan dibaca, ditelaah, diurutkan kemudian dikelompokkan berdasarkan jenisnya kemudian diedit sesuai dengan keperluan serta kategorinya. Teknik data yang akan digunakan adalah analisis kualitatif yakni metode menarik kesimpulan dari beberapa peristiwa yang sifatnya sulit untuk diukur secara kuantitatif atau angka. Penelitian kualitatif ini berisi tentang kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan.

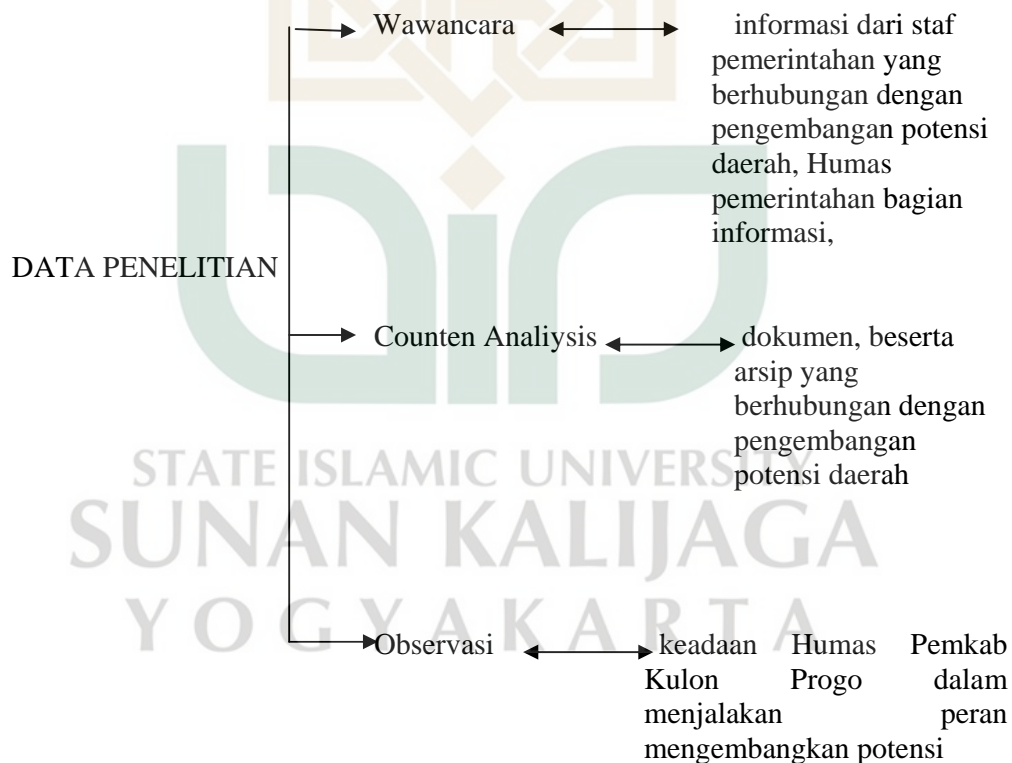
5. Triangulasi Sumber

Pengelolaan data yang diperoleh dilakukan dengan mengacu pada fokus kegiatan yang dilakukan oleh Humas Pemkab Kulon Progo dalam mewujudkan hubungan harmonis dengan publik, serta dengan hal-hal yang menghambat serta mendukung strategi dalam mengembangkan potensi daerah. Data yang didapat dari hasil wawancara dengan pihak Humas yang diwakili sub bagian pemberitaan dan selain itu dilakukan studi pustaka dan dokumentasi dari catatan-catatan Pemerintah Kabupaten, berita acara, kliping

surat kabar, video, foto dan sejenisnya. Penggunaan teknik Triangulasi sumber pada penelitian ini dilakukan dengan cara memanfaatkan sumber yaitu pihak-pihak yang bertanggungjawab melakukan promosi potensi daerah. Dalam memberikan pemaknaan terhadap strategi yang dilakukan Humas Pemkab Kulon Progo. Dengan adanya teknik triangulasi ini diharapkan dapat menjadi pembuktian untuk masyarakat akan pemahaman peran dan strategi yang telah dilakukan oleh Humas Pemkab Kulon Progo.

Gambar 6

Triangulasi Sumber



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian tentang peran dan strategi yang dilakukan di Humas Pemkab Kulon progo dalam mengembangkan potensi daerah dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Peran yang dilakukan oleh Humas Pemkab Kulon progo adalah sebagai tanggung jawab dari jabatannya selaku staf pegawai Pemerintahan Kabupaten Kulon Progo.
2. Peran yang dilakukan oleh Humas Pemkab Kulon progo sangat besar sekali dalam mempromosikan potensi daerah baik bagi kalangan pengusaha mikro kecil, investor, masyarakat, kantor penanaman modal, dan pemerintah.
3. Humas melakukan peran sebagai jembatan penghubung komunikasi antara pimpinan daerah kabupaten dengan staf pegawai, dan pemerintahan dengan pihak investor beserta masyarakat berjalan dengan baik.
4. Humas dalam melakukan peranya menggunakan strategi pendekatan yang dilakukan oleh Humas Pemkab Kulon progo berjalan dengan baik, karena mampu berkordinasi dengan baik dengan wartawan. Dengan pemberitan yang dapat dikontrol dengan baik maka humas berperan dalam pembangunan citra Kabupaten Kulon Progo

B. Saran

1. Diharapkan peran Humas Pemkab Kulon Progo dalam mengembangkan potensi daerah bisa terus berlangsung, sehingga potensi daerah yang dimiliki dapat diberdayakan untuk kesejahteraan masyarakat.
2. Diharapkan bagi pemerintah Kabupaten Kulon Progo mendukung kerja yang dilakukan oleh humas, karena dengan pengalokasian dan yang kurang membuat program-program yang dilakukan oleh humas banyak yang terhambat bahkan dihilangkan.
3. Diharapkan penelitian selanjutnya dengan tema yang sama dapat melakukan penelitian dengan lebih maksimal.

C. Penutup

Alhamdulillahirobbil'alam, segala puji bagi Allah SWT atas segala berkat, rahmat serta segala kemudahan yang telah diberikan kepada peneliti hingga selesainya penulisan skripsi ini yang berjudul "Peran Humas Pemerintah Dalam Mengembangkan Potensi Daerah Kabupaten Kulon Progo. Dengan segenap kerendahan hati peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Namun peneliti telah berupaya semaksimal mungkin agar dapat memenuhi syarat dan kriteria yang telah ditetapkan dan melakukan yang terbaik yang dapat peneliti lakukan. Keberhasilan skripsi ini berkat dari dorongan dan bantuan berbagai pihak, baik material, moral dan spiritual. Peneliti mengucapkan banyak terima kasih, semoga amal kebaikan dari berbagai pihak yang telah membantu mendapatkan balasan dari Allah SWT

DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, Scott M, et.al. 2005. *Efektif Public Relations: Merancang dan Melaksanakan Kegiatan Kehumasan dengan Sukses*. Jakarta: Indeks.
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Hubungan Masyarakat, Suatu Studi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya..
- Iriantara, Yoal, 2004, *Manajemen Strategi Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Lesly, 1992, *Handbook Of Public Relations and Comuncations*, Probus Publishing company, Chicago, liinois Topan company, LTD, Tokyo, Japan.
- Moeleong, Lexy,2002, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Rosdakarya
- Rakmad, Jalaludin,2000, *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Riwo, Kaho. 1988, *Prospek Otonomi Daerah Di Negara RI (identifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi penyelenggaraanya)*. Jakarta : Rajawali Perss
- Rozali, Ahmad, 2007. *Pelaksanaan Otonomi Luas dan Isu Federalisme Sebagai Alternatif*, Yogyakarta: PT. Raja Grafindo
- Ruslan, Rosady, 1998, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi konsepsi dan aplikasi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ruslan, Rosady,2003, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Wasesa, silih Agung, 2004, *Strategi Public Relations*, Jakarta: gramedia pustaka utama.
- Widjaja, H.A.W,1997, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*,Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Zulkarimen, Nasution, 2004. *Komunikasi Pembangunan “Pengenalan Teori Dan Penerapannya”*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada

Skripsi:

- Decy, A, I, 2006, *Perbandingan Peran, dan Fungsi, dan Kedudukan antara Humas Pemkab Cilacap dengan Humas Pemkab Banyumas*, Skripsi Tidak Diterbitkan, Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional
- Freddo, L, N, 2008, *Analisis Potensi Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah Kabupaten Kulon Progo*, Skripsi Tidak Diterbitkan, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Jurusan Akutansi, Universitas Atmajaya Yogyakarta.
- Hening, Pangastutiningsih, 2006, *Analisis Strategi Kegiatan Eksternal Relations Humas Pemerintah Kabupaten Bantul Dalam Menciptakan Hubungan Harmonis Dengan Publik*, Skripsi Tidak Diterbitkan Yogyakarta :Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.
- Puji, Ambar.Wati, 2002, *Penerimaan Retribusi Pariwisata*, Skripsi Tidak Diterbitkan, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan, Universitas Wangsa Manggala.
- Kanang, S, 2003, *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Kulon Progo*, Skripsi Tidak Diterbitkan, Yogyakarta: Jurusan Manajemen Pariwisata, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata.
- Ryna Y, K, 2005, *Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Melalui Sektor Retribusi Obyek Wisata Di Kabupaten Kulon Progo*, Skripsi Tidak Diterbitkan, Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial, Jurusan Pendidikan Ekonomi Koperasi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sri, S. R., 2000, *Peran Penerimaan Retribusi Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Kulon Progo*, Skripsi Tidak Diterbitkan, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan, Universitas Wangsa Manggala.

Wirawan H, S. 2006, Peran *Public Relations Dalam Membangun corporate Identity*, Skripsi Tidak Diterbitkan, Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional

Jurnal :

Prayudi, *Tanggung Jawab Sosial Public Relations*, dalam paradigma Jurnal Ilmiah Sosial Politik, Edisi 11 Vol III 1999, hal;37

Surat Kabar :

Kedaulatan Rakyat tanggal 23 September 2010

Internet :

www.kulonprogokab.go.id



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA