

PERAN HUMAS UNTUK MENGGANGKAT CITRA PEMERINTAH KOTA SURAKARTA



Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna
memperoleh gelar ahli madya Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Hubungan

Masyarakat

Tugas Akhir

Disusun Oleh:

**Kusnandar Havid W.
D.1606088**

**HUBUNGAN MASYARAKAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2009

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Paradigma baru saat ini meliputi globalisasi dan teknologi yang semakin berkembang, maka dengan perkembangan itulah banyak pula persaingan diberbagai aspek kehidupan misalnya di dunia kerja untuk mencapai sesuatu yang berbeda dan yang terbaik, maka di dunia kerja kita dituntut untuk memiliki ketrampilan, ilmu dan kemampuan. Oleh karena itu untuk mencapainya kinerja yang maksimal salah satu Lembaga pendidikan yaitu Perguruan Tinggi harus mampu mencetak Sumber Daya Manusianya yang mampu bersaing dan mapan, untuk mempersiapkan itu senua maka Universitas Sebelas Maret Surakarta Fakultas Ilmu Sosial dan Politik mewajibkan para mahasiswanya mengadakan pelatihan magang di Instansi Pemerintahan maupun Istansi Swasta, agar dapat menerapkan dan mempraktekan ilmu yang pernah di dapat selama kuliah dengan kenyataan di dunia kerja.

Membahas tentang Komunikasi dan Public Relation dalam melaksanakan fungsi dan kegiatannya Public Relation berpusat pada komunikasi. Berarti bahwa tidak ada aktifitas tanpa ada komunikasi secara langsung maupun tidak lansung, verbal maupun non verbal dengan bentuk apapun, karena dengan komunikasi kita bisa menciptakan persamaan pengertian mengenai informasi, ide, pemikiran, dan sikap kita terhadap rang lain, sehingga menumbuhkan terciptanya persamaan mengenai pesan tertentu sehingga mendapatkan suatu pengertian.

Dalam proses komunikasi ada komponen-komponen yang terlibat diantaranya sumber, pesan, saluran, dan komunikasi.

Bahwa saat ini perkembangan komunikasi tidak memungkinkan lagi bagi kita untuk menutup-nutupi suatu fakta. Maka dengan komunikasi itu menjadi muncul adanya saling pengertian dan kepercayaan.

Dewasa ini Humas dituntut untuk menghadapi dan mempunyai fungsi yang beragam, tentunya dengan bersikap professional. Bersikap professional, yaitu berfikir secara meluas, orientasi bertanggungjawab kepada masyarakat, pemahaman dan realisasi. Sehingga Public Relation secara continue meminimalisasi munculnya keluhan, konflik, isu-isu dan sebagainya. Fungsi Public Relation yang dilaksanakan dengan baik benar-benar merupakan alat yang ampuh untuk memperbaiki, mengembangkan peraturan, budaya organisasi atau perusahaan, suasana kerja yang kondusif, peka terhadap karyawan yang perlu pendekatan khusus, perlu dimotivasi dalam meningkatkan kerjanya. Itu semua menunjukkan bahwa Public Relation berakar pola pikir pragmatis dan harmonis, terutama dalam meminimalkan konflik, dengan menggunakan pendekatan, komunikasi timbal balik akan sangat membantu menemukan strategi bagaimana mengatasi konflik yang terjadi.

Humas dalam lembaga pemerintahan merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka tugas penyebaran informasi dan kebijakan, program dan kegiatan-kegiatan lembaga pemerintahan dan kepada masyarakat. Terutama di Indonesia lembaga kehumasan sangatlah diperlukan. Humas ini merupakan kelanjutan dari proses penetapan kebijakan pemerintah, pemberi layanan informasi kepada masyarakat, sehingga humas itu berada memperoleh kepercayaan dari publiknya, yaitu masyarakat dalam arti luas. Maka dari itu

sikap dan pelayanan yang baik sangat penting demi terciptanya Citra yang baik.

Sedangkan keberadaan dari Humas dan Protokol di Pemerintah Kota ini bertujuan menyampaikan informasi dan komunikasi sesuai dengan kebutuhan masyarakat, mampu mengembangkan dukungan masyarakat terhadap kebijakan pada masyarakat. Sehingga Humas di Pemerintah harus melakukan penyesuaian-penyesuaian peran dan fungsinya dalam menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi, supaya Humas Pemerintah mampu membangun Citra Pemerintah yang baik.

Untuk masyarakat sekarang ini peran dan pengaruh Humas dan Protokol sangat terasa. Tidak ada kegiatan yang dilakukan di dalam dan oleh masyarakat yang tidak memerlukan pemberitaan. Karena berita sudah menjadi kebutuhan utama. Berdasarkan hal tersebut mendorong minat penulis untuk melakukan Kuliah Kerja Media di Bagian Humas dan Protokol Pemerintah Kota Surakarta yang beralamatkan di Jl. Jenderal Sudirman No.2 yang merupakan salah satu Instansi Pemerintah yang tentunya tidak terlepas dari sorotan masyarakat luas mulai dari kinerja, kebijakan, maupun nama baik Pemerintah Kota sendiri. Komunikasi tidak akan terjadi bila tidak ada masyarakat, dan juga manusia tidak dapat hidup dan berkembang dengan sempurna tanpa komunikasi.

A. TUJUAN KKM

1. Tujuan Khusus

- a. Menerapkan dan mengaplikasikan ilmu teoritis yang telah didapat di bangku kuliah ke dalam praktik yang sesungguhnya.
- b. Membuka interaksi antar dunia akademisi dan dunia usaha dalam simbiosis mutualisme (saling menguntungkan)
- c. Mendapat pengalaman tentang kerja di bagian Humas dan Protokol Pemerintah Kota Surakarta yang sesungguhnya sehingga akan didapat gambaran nyata tentang berbagai hal mengenai dunia kerja yang aplikatif.
- d. Mengetahui pola kerja dan perilaku pekerja di bagian Humas dan Protokol Pemerintah Kota Surakarta dengan harapan dapat memiliki pengalaman dan belajar dari pengalaman tersebut..
- e. Membuka wawasan baru tentang suatu Instansi Pemerintahan dan aktivitas kerja Instansi tersebut.

2. Tujuan Umum

Untuk memenuhi kewajiban sebagai mahasiswa Diploma III Komunikasi Terapan dengan minat utama Public Relation Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta dalam memperoleh gelar Profesional Ahli Madya di bidang Public Relation.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. PUBLIC RELATIONS

Public relations pada hakekatnya adalah kegiatan komunikasi, kendati agak lain dengan kegiatan komunikasi lainnya, karena ciri hakiki dari komunikasi public relations adalah two way communication (komunikasi dua arah atau timbal balik). Arus komunikasi timbal balik ini yang harus dilakukan dalam kegiatan public relations.

1. PENGERTIAN PUBLIC RELATIONS

Untuk memberikan gambaran tentang Public Relations, penulis merangkum beberapa definisi, antara lain:

Frank Jefkins dalam bukunya yang berjudul *Public Relation* (1996 : 8) menyebutkan bahwa:

Praktik humas atau PR adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayak.

Selain itu Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations* (1996:9) mengasumsikan Public Relations sebagai berikut :

Public Relations adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar, antara suatu organisasi

dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan – tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian

Pendapat diatas telah dapat memberi gambaran kepada kita bagaimana sebenarnya hakikat public relations terutama dikaitkan dengan fungsinya dalam sebuah organisasi yang dinaunginya.

Sebuah rangkaian kerja Public Relations, akan bermuara pada meningkatnya citra atau bertahannya citra positif suatu perusahaan. Citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri public terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi.

Hanya saja, dalam pengaplikasiannya fungsi Public Relations itu sendiri, sebuah perusahaan terkadang kurang memahami benar arti pentingnya Public Relations bagi kemajuan perusahaannya. Akan tetapi, walaupun secara struktur Public Relations tidak dicantumkan, sebenarnya Public Relations tetap hidup dalam semua perusahaan secara fungsional.

Onong Uchajana Effendy dalam bukunya *Human Relations dan Public Relation dalam Management* (1992:134) mengatakan, bahwa:

Dalam pelaksanaan Public Relations perlu menerapkan teknik-teknik penerapan ilmu sosial dalam merencanakan suatu program atau kampanye kehumasan. Aspek-aspek kehumasan dengan aspek-aspek ilmu sosial di suatu organisasi menonjolkan tanggung jawab organisasi kepada kepentingan publik atau kepentingan masyarakat luas. Untuk membantu perusahaan atau organisasi yang sudah mapan di dalam melancarkan bidang kehumasan perlu diadakan kampanye kehumasan demi memelihara citranya di benak para khalayaknya. Menurut pendapat International Public Relation Association (IPRA) dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Humas adalah fungsi manajemen dari budi yang dijalankan secara berkesinambungan dan berencana, dengan mana organisasi-organisasi dan lembaga yang bersifat umum dan pribadi dan berusaha memperoleh dan membina pengertian,

simpati dan dukungan dari mereka yang ada sangkut pautnya. Dengan menilai pendapat umum diantara mereka dengan tujuan sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan ketatalaksanaan mereka, guna mencapai kerja sama yang lebih produktif untuk melaksanakan kepentingan bersama yang lebih efisien, dengan melancarkan informasi berencana dan tersebut luas.

Eksistensi humas sebagai pelembagaan kegiatan komunikasi dalam organisasi justru untuk menunjang upaya manajemen dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan untuk mencapai suatu tujuan dalam teori manajemen disebutkan harus melalui tahap-tahap yang salah satu diantaranya adalah perencanaan. Perencanaan adalah menetapkan tujuan dan tindakan-tindakan untuk mencapai tujuan. Dalam menyusun sebuah rencana diperlukan kemampuan meramalkan dan memvisualisasikannya. Pentingnya kemampuan meramalkan, karena dengan imajinasi dapat diperkirakan hambatan-hambatan yang mungkin akan dijumpai. Dengan demikian dalam pelaksanaannya kelak dapat diambil tindakan dengan segera, apabila ternyata membentuk rintangan. Sedangkan pentingnya kemampuan memvisualisasikan suatu rencana, karena memungkinkan siapa saja dapat melihat dan menghayati dengan cepat apa yang harus dilakukan untuk melaksanakan rencana yang disusun itu guna mencapai tujuan yang ditetapkan. Dengan demikian sebuah perencanaan bagi humas sangat penting karena perencanaan pola humas akan dapat menentukan aktivitas menetapkan tujuan dan tindakan-tindakan.

2. TUGAS PUBLIC RELATIONS

Onong Uchajana Effendy dalam bukunya *Dimensi-dimensi Komunikasi*(1987:12-13) menyebutkan tugas-tugas Public Relations dalam manajemen perusahaan adalah :

- a. Memberikan saran kepada manajemen perusahaan tentang semua perkembangan interal dan eksternal yang mungkin mempengaruhi hubungan organisasi dengan public-publicnya.
- b. Meneliti dan menafsirkan untuk kepentingan organisasi, sikap public-public utama pada saat ini atau antisipasi sikap public-public pokok terhadap organisasi.
- c. Bekerja sebagai penghubung antara manajemen dan public-publicnya.
- d. Memberi laporan berkala terhadap manajemen tentang kegiatan yang mempengaruhi hubungan public dan organisasi.

Sebagai fungsi manajemen, Public Relations memampukan organisasi untuk mencapai hubungan yang efektif dengan berbagai public dengan melaksanakan fungsi utama yakni menjadi “mata”, “telinga”, “tangan kanan” bagi manajemen dari sebuah perusahaan, yang ruang lingkup tugasnya meliputi aktivitas membina hubungan ke dalam (internal) dan hubungan keluar (eksternal).

B. HUMAS DALAM INSTANSI PEMERINTAH

Peranan hubungan masyarakat (humas) atau public relations dewasa ini dibutuhkan oleh hampir semua bentuk organisasi atau lembaga, baik profit maupun nonprofit, dari perusahaan industri, organisasi profesi, institusi pendidikan, organisasi sosial budaya sampai pemerintahan. Secara garis besar peran humas adalah komunikator sebuah organisasi atau lembaga atau perusahaan, baik dari publik internal maupun publik eksternal. Karena itu, humas merupakan salah satu ujung tombak dari organisasi atau lembaga atau perusahaan untuk bersaing dalam era globalisasi. Humas sangat diperlukan untuk menjalin komunikasi dengan para stakeholders ataupun untuk mengomunikasikan visi, misi, tujuan, dan program organisasi-organisasi

tersebut kepada publik. Untuk itulah orang yang bekerja di humas harus tampil menarik sehingga dapat memberikan citra yang baik bagi Instansinya.

Humas dan media massa merupakan mitra pemerintah dalam menyampaikan informasi di semua sektor termasuk menyangkut masalah pembangunan di segala bidang. Karena, humas dan media massa dalam menyampaikan informasi memiliki peranan yang cukup tinggi. Perlu untuk diketahui, peranan humas sangat vital mengingat posisinya sebagai salah satu dapur bagi satu instansi dan sering dijadikan ukuran suatu keberhasilan instansi yang bersangkutan. Kehumasan berperan sebagai pengabdikan untuk kepentingan umum dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui media massa baik cetak maupun elektronik. Bahkan melalui spanduk maupun papan pengumuman lainnya. Artinya, humas selain berfungsi sebagai penyaji dokumenter juga bergerak pada bidang pelayanan dan sebagai mediator serta menjembatani penyampaian informasi tentang perkembangan daerah. Oleh karena itu, humas harus cakap dalam memberikan dan menerima informasi ke tengah masyarakat dapat memberikan nuansa sejuk tidak menimbulkan konflik tentang perkembangan pembangunan.

1. Pada dasarnya Tugas Humas Pemerintah menurut F. Rachmadi dalam bukunya yang berjudul *Public Relations* (1992:74), adalah:

- a. memberikan penerangan dan pendidikan kepada masyarakat tentang kebijakan, langkah-langkah dan tindakan-tindakan pemerintah, serta memberikan pelayanan kepada masyarakat berupa informasi yang diperlukan secara terbuka, jujur dan obyektif.
- b. memberikan bantuan kepada media berita (news media) berupa bahan-bahan informasi mengenai kebijakan dan langkah-langkah serta tindakan pemerintah, termasuk fasilitas peliputan kepada media berita

untuk acara-acara resmi yang penting. Pemerintah merupakan sumber informasi yang penting bagi media, karena itu sikap keterbukaan informasi sangat diperlukan.

- c. mempromosikan kemajuan pembangunan ekonomi dan kebudayaan dan telah dicapai oleh bangsa kepada khalayak di dalam negeri, maupun khalayak luar negeri.
- d. memonitor pendapat umum tentang kebijakan pemerintah, selanjutnya menyampaikan tanggapan masyarakat dalam bentuk feedback kepada pimpinan instansi-instansi pemerintah yang bersangkutan sebagai input.

1. Fungsi Humas Pemerintah

Menurut F.Rachmadi dalam bukunya *Public Relations* (1992:82)

menyebutkan Humas Pemerintahan memiliki beberapa fungsi, yaitu:

- a. membina dan menyelenggarakan publikasi dan penerangan
- b. membina dan menyelenggarakan hubungan dengan masyarakat melalui pers dan media lainnya.
- c. mengadakan analisis dan evaluasi berita dan menyampaikan rekomendasi
- d. menyelenggarakan dokumentasi atas kegiatan-kegiatan Departemen.

C.PEMBENTUKAN CITRA

Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations* (1995:95) membahas tentang pembentukan citra, antara lain sebagai berikut:

Pembentukan Citra menurut Frank Jefkins mengungkapkan bahwa Citra dari organisasi secara keseluruhan jadi bukan citra atas produk atau pelayanan. Citra ini terbentuk dari banyak hal. Hal yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan adalah sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang. Keberhasilan dibidang keuangan yang pernah diraih, keberhasilan ekspor, hubungan yang baik dengan stakeholdernya, reputasi yang baik dan masih banyak lagi.

Rosady Ruslan dalam bukunya *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi* (2003:79) mempunyai pendapat juga tentang pembentukan citra dan analisis berita, yaitu:

Citra adalah seperangkat keyakinan ide, dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu. Sikap dan tindakan seorang terhadap suatu objek akan ditentukan oleh Citra objek tertentu yang menampilkan kondisi terbaik.

1. Analisis Berita

Pembentukan citra juga tidak terlepas dari Analisis Berita. Dimana berita yang positif bisa memberikan dampak dan Citra yang positif pula bagi pemerintah. Beberapa ahli memberikan pengertian yang berbeda terhadap sebuah berita, yaitu :

a. Dean M. Lyle Spencer :

Berita adalah suatu kenyataan atau ide yang benar yang dapat menarik perhatian sebagian besar dari pembaca.

b. Willard C. Bleyer :

Berita adalah sesuatu yang termasa (baru) yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar. Karena itu ia dapat menarik atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar, atau karena dapat menarik pembaca - pembaca tersebut.

c. William S Maulsby :

Berita adalah suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut.

Dari beberapa arti berita diatas, pada umumnya berita adalah sesuatu yang baru dan menarik. Dimana pembentukan sesuatu yang menarik itu harus dilihat melalui analisis berita.

Pada dasarnya, Analisis Berita merupakan opini terhadap suatu berita. Analisis Berita bisa diartikan sebagai ulasan atas suatu peristiwa yang diberitakan media massa dengan menekankan atau memperdalam unsur -

unsur tertentu. Kemampuan menulis dengan baik merupakan suatu keuntungan tersendiri, karena ia dapat memperkuat kemampuan akademis kita.

Analisis berita merupakan suatu opini yang dibuat oleh pembaca ataupun oleh wartawan sendiri. Oleh karena itu ia hanya menekankan satu sudut pandang saja. Ulasan atas suatu peristiwa yang diberitakan media massa dengan menekankan atau memperdalam unsur-unsur tertentu dalam pemberitaan (yakni, 5 w + 1 h). Tetapi biasanya faktor, “why” (mengapa) dan “how” (bagaimana) yang ditelusuri lebih jauh. Analisis berita digunakan wartawan untuk mengungkap lebih dalam rahasia di balik berita (behind or beyond the news). Dan bagi para kolumnis Analisis Berita digunakan untuk menanggapi berita media atau melakukan analisis murni terhadap isu yang mencuat di media.

Awal munculnya analisis berita sendiri berawal dari gagasan “interpretative reporting” di dunia jurnalistik. Dipelopori oleh Curtis D. MacDougall pada tahun 1938. Intinya bagaimana menyampaikan berita dalam konteks. Dimana Analisis berita tidak Sekedar Menyodorkan Fakta, Tapi Memberi Interpretasi atas Fakta

Formula awal pelaku media, just give the facts, tak memadai lagi. Perlunya “put the news in the context”. Pembaca membutuhkan waktu dan tenaga untuk “ understanding the meaning”.

2. Teknik Menulis Analisis

Onong Uchajana dalam bukunya *Dimensi-dimensi Komunikasi* (1987:70) menyatakan bahwa dalam penulisan analisis perlu menggunakan teknik, yaitu:

- a. Periksa fakta yang diberitakan media, lakukan koreksi bila tidak valid
- b. Perhatikan struktur penyajian fakta, lakukan kritik kronologis atau spatiologis atau hubungan sebab akibat.
- c. Teliti interpretasi atau konklusi yang ingin diarahkan media, mendukung atau membantah argumentasi yang tersembunyi.
- d. Ungkap sisi atau perspektif lain, tawarkan konteks baru untuk menyajikan fakta atau menangkap pemahaman atas fakta

3. Unsur sebab-akibat

Melakukan analisis terhadap sesuatu atau beberapa berita (dalam arti luas, yakni berbagai jenis berita dan reportase secara artikel) yang dapat digunakan sebagai pedoman bagi media masa bersangkutan atau oleh lembaga peneliti atau kalangan saintis, maka perlu akurasi demi hasil analisis yang berbobot. Untuk itu, penganalisis hendaknya memperhatikan unsur di luar isi berita bersangkutan, tetapi hal-hal yang bersangkutan dengan berita tersebut. Yakni bagaimana objek, subyek, kondisi dan situasi yang dijadikan berita itu. Apabila demikian, suatu permasalahan atau topic berita politik, social dan ekonomi tidak lepas dari saling berpegaruhnya unsur-unsur. Sering tidak hanya berpegaruh positif, akan tetapi persaingan dan berdampak negative. Dengan demikian analisisnya bisa berbeda atau lebih dalam begitupula dalam menentukan nilai/bobot berita factor-faktor obyektivitas ataukah subyektivitas

4. Menilai pola pemberitaan

Untuk dapat memberikan penilaian secara baik penganalisis sebaiknya melakukan hal-hal sbb:

1. Amatilah beberapa peliputan media berita mengenai peristiwa besar yang juga anda saksikan/ketahui. Lakukan pengujian (Hipotesa).
2. Berita cenderung dijadikan “Dramatis pada garis besarnya, tetapi kosong rincianya” analisislah secara acak (random analyses) setelah itu bandingkan dengan berita perampokan, pembunuhan atau yang lain dengan peristiwa yang bersifat penting (Substantive events)
3. Bandingkan dengan dua surat kabar secara diametric (tepat bertentangan) mengenai editorialnya berkaitan dengan berita itu.
4. Ingat kembali hipotesis agenda setting bahwa media berita (pers) tidak menceritakan pada kita apa yang harus kita pikirkan, akan tetapi berpikir tentang apa yang harus kita ceritakan.

D. DOKUMENTASI KLIPING

Kliping merupakan kegiatan pengolektifan data berupa fakta-fakta mengenai suatu isu yang dimuat dalam media massa cetak maupun tertulis dalam internet sebagai bahan informasi atas pembuatan suatu program atau kebijakan. Hasil kliping dapat dijadikan acuan bagi para top manajemen untuk menganalisis bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebuah Instansi. Dari hasil ini pula para top manajemen dapat mengetahui perkembangan competitor sekaligus mengetahui posisi Instansi dibandingkan dengan competitor tersebut.

Fungsi Kliping sendiri terdiri dari beberapa, yaitu :

Rhenald Kasali dalam bukunya *Manajemen Public Relation* (2004) menyatakan:

1. sebagai bahan informasi terkini yang dapat diedarkan kebagian lain yang dianggap mempunyai hubungan dan kepentingan masing-masing.
2. sebagai bahan referensi tertentu sebagai data atau informasi penunjang, misalnya *PR House Journal* (majalah rumah) dan sebagainya.
3. sebagai pedoman atau acuan untuk mengantisipasi langkah-langkah suatu kejadian tertentu yang tengah atau yang akan terjadi di masa yang akan datang.
4. untuk perbaikan atau pengembanaan langkah-langkah program kerja dimasa pendatang.
5. sebagai sumber informasi dan data untuk memantau kegiatan pihak pesaing atau pengganggu.
6. sebagai tolak ukur sejauh mana keberhasilan prestasi dan reputasi yang dicapai, mengenai persepsi, keluhan hingga isu public di masyarakat
7. sebagai media kominukasi internal dan juga sebagai kegiatan dokumentasi Instansi.

E. IKLAN LAYANAN MASYARAKAT

ILM adalah iklan yang menyajikan pesan-pesan sosial yang bertujuan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keselarasan kehidupan umum.

ILM memiliki fungsi untuk mendidik dan menyebarkan informasi kepada khalayak tentang masalah social yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari agar khalayak paham akan permasalahan tersebut.

Kriteria dalam sebuah ILM adalah :

1. Tidak Komersil
2. Tidak bersifat keagamaan
3. Tidak bersifat Politis
4. Berwawasan Nasional
5. Ditujukan untuk semua lapisan masyarakat
6. Diajukan oleh organisasi yang telah diakui dan diterima
7. Dapat diiklankan
8. Mempunyai dampak dan kepentingan tinggi, sehinggalah dapat memperoleh dukungan media local atau nasional.

F. PERSS RELEASE

Perss Release adalah cara menyebarkan berita kepada pers tanpa memerlukan biaya sehingga belum tentu release yang dikirim, dimuat di surat kabar.

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya *Human Relation dan Public Relation*(1993 : 186) menyebutkan bahwa dalam jurnalistik dan pembuatan press release harus menggunakan 5W+1H, yaitu:

What : Apa yang terjadi.

Who : Siapa yang terlibat dalam kejadian itu.

Where : Dimana terjadi.

When : Kapan terjadi.

Why : Kenapa terjadi demikian.

How : Bagaimana terjadi.

Jika ada rumus 5W+1H maka bisa disebut sudah termasuk lengkap, dan harus mengandung hal-hal yang merupakan jawaban dari pertanyaan.

BAB III

GAMBARAN UMUM INSTANSI

A. GAMBARAN UMUM

1. Sejarah dan perkembangan Badan Informasi dan Komunikasi Kota Surakarta.

Badan Informasi dan Komunikasi Kota Surakarta yang sering disingkat dengan BIK, berlokasi di Jl. Jendral Sudirman No. 2 Komplek Balaikota Surakarta, didirikan pada tahun 2001 berdasarkan pada Perda No. 6 Tahun 2001. Pada awalnya Badan Informasi dan Komukasi Kota Surakarta merupakan gabungan dari beberapa instansi seperti:

- a. Kantor Departemen Penerangan
- b. Bagian Humas Sekretariat Daerah
- c. Kantor Pengelolaan Data Elektronik (KDPE)
- d. Subag Santel (Sandi dan Telekomunikasi) Bagian Umum

Keseluruhan instansi tersebut merupakan salah satu perangkat Daerah di Kota Surakarta untuk ikut serta dalam penyelenggaraan Pemerintah Daerah berdasarkan prinsip otonomi yang luas, nyata dan bertanggung jawab secara efektif dan efisien, dalam mewujudkan dan meningkatkan kualitas pelayanan umum maupun kesejahteraan masyarakat yang semakin baik dalam kebersamaan antara masyarakat, legislatif dan eksekutif melalui satu kesamaan visi dan misi Kota Surakarta. Kemudian turunlah Keputusan Walikota Surakarta No. 32 Tahun 2001 tentang Pedoman Uraian Tugas Badan Informasi dan Komunikasi Kota Surakarta.

Pada perkembangan sekarang BIK menetapkan arah kebijakan yang menjadi landasan berfikir dan bertindak dalam keikutsertaannya dibidang komunikasi dan media massa adalah meningkatkan dan memantapkan pertukaran informasi dan komunikasi antar dan intra kelompok masyarakat dengan menumbuhkembangkan pusat-pusat informasi yang mendukung terselenggaranya komunikasi dua arah secara transparan.

Dengan demikian dalam pembangunan komunikasi dan diseminasi yang tidak terbatas pada informasi program pembangunan, tetapi juga informasi yang dikembangkan berdasarkan kebutuhan masyarakat. Kegiatan tersebut kemudian ditindaklanjuti dengan upaya meningkatkan kegiatan pelayanan informasi yang dilakukan melalui penyampaian informasi kepada empat sasaran informasi, yaitu: Masyarakat, Instansi pemerintah, Pers dan Swasta.

2. Kondisi Fisik dan Fasilitas

Saat ini Badan Informasi dan Komunikasi Kota Surakarta menempati gedung berlantai dua yang terletak di dalam Komplek Balaikota Surakarta. Dimana memiliki beberapa ruangan perkantoran yang digunakan untuk bekerja, seperti ruangan Kepala Badan, Sekretariat, Bidang Bina Program, Bidang Telematika, Bidang Komunikasi dan Bidang Humas yang ada didalam lingkup BIK.

Berbagai fasilitas yang ada di dalam BIK antara lain:

- a. Air Conditioner : 11 buah
- b. Faximile : 3 buah
- c. Telpon yang terdiri dari:
 - a. Lokal : 5 saluran
 - b. Langsung: 9 saluran
- d. Komputer: 9 unit
- e. Mesin ketik: 10 unit
- f. Mesin sandi: 1 unit
- g. Mesin telex: 1 unit
- h. VSAT: 1 unit

B. VISI, MISI DAN MOTTO BADAN INFORMASI DAN KOMUNIKASI KOTA SURAKARTA

1. Visi

Terwujudnya informasi dan komunikasi tentang peranan Kota Surakarta sebagai Kota Budaya yang bertumpu pada potensi perdagangan, jasa, pendidikan, pariwisata dan olah-raga.

2. Misi

- a. Menampung segala informasi yang berkaitan dengan unsur dan potensi yang dimiliki Kota Surakarta dalam mencapai visi, yang ditindaklanjuti dengan mengolah dan memanfaatkan serta

mendayagunakan media informasi sebagai suatu proses komunikasi.

- b. Memberikan informasi dan komunikasi tentang revitalisasi kemitraan dan partisipasi seluruh komponen masyarakat dalam semua bidang pembangunan, serta perekatan kehidupan bermasyarakat dengan komitmen cinta kota yang berlandaskan pada nilai-nilai “Surakarta Kota Budaya”
- c. Memberikan informasi dan komunikasi tentang peningkatan kualitas sumberdaya manusia yang memiliki kemampuan dalam penguasaan dan pendayagunaan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni guna mewujudkan inovasi dan integritas masyarakat madani yang berlandaskan Ketuhanan Yang Maha Esa.
- d. Memberikan informasi tentang pembudayaan peran dan fungsi hukum, pelaksanaan HAM dan demokratisasi bagi seluruh elemen masyarakat, utamanya para penyelenggara pemerintahan.

3. Motto

- a. Informasi adalah suatu kebutuhan. BIK dengan paradigma baru akan proaktif mendayagunakan berbagai jalur komunikasi dan kemudahan prosedur untuk mendapatkan informasi yang akurat dan memadai secara transparan.
- b. Informasi sudah menjadi kebutuhan partisipasi masyarakat, swasta, pers dan instansi pemerintah secara bersama-sama

mengantar BIK sebagai wahana saluran komunikasi masyarakat untuk mengutarakan pendapat.

- c. BIK dengan paradigma baru mendukung tegaknya supremasi hukum melalui penyediaan informasi yang tepat sasaran, tidak diskriminatif dan menghormati HAM dengan memperhatikan nilai-nilai dan norma-norma hidup masyarakat.
- d. Untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah, BIK siap memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat. (Sumber: Perda Nomor 6 Tahun 2001)

C. KEDUDUKAN, TUGAS DAN FUNGSI BADAN INFORMASI DAN KOMUNIKASI KOTA SURAKARTA

1. Kedudukan

Badan Informasi dan Komunikasi Kota Surakarta sebagai unsur penunjang Pemerintah Daerah di bidang informasi dan komunikasi, dipimpin oleh seorang Kepala yang dalam melaksanakan tugas berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah.

2. Tugas

Badan Informasi dan Komunikasi mempunyai tugas menyelenggarakan urusan pemerintahan dibidang informasi dan komunikasi.

3. Fungsi

Badan Informasi dan Komunikasi Kota Surakarta dalam melaksanakan tugas memiliki fungsi:

- a. Penyelenggaraan sekretariat badan.
- b. Penyusunan rencana program pengendalian evaluasi dan pelaporan.
- c. Pengelolaan dan pengembangan sistem informasi manajemen.
- d. Pelaksanaan produksi dan pelayanan informasi.
- e. Penyelenggaraan hubungan masyarakat.
- f. Penyelenggaraan penyuluhan.
- g. Pembinaan jabatan fungsional.

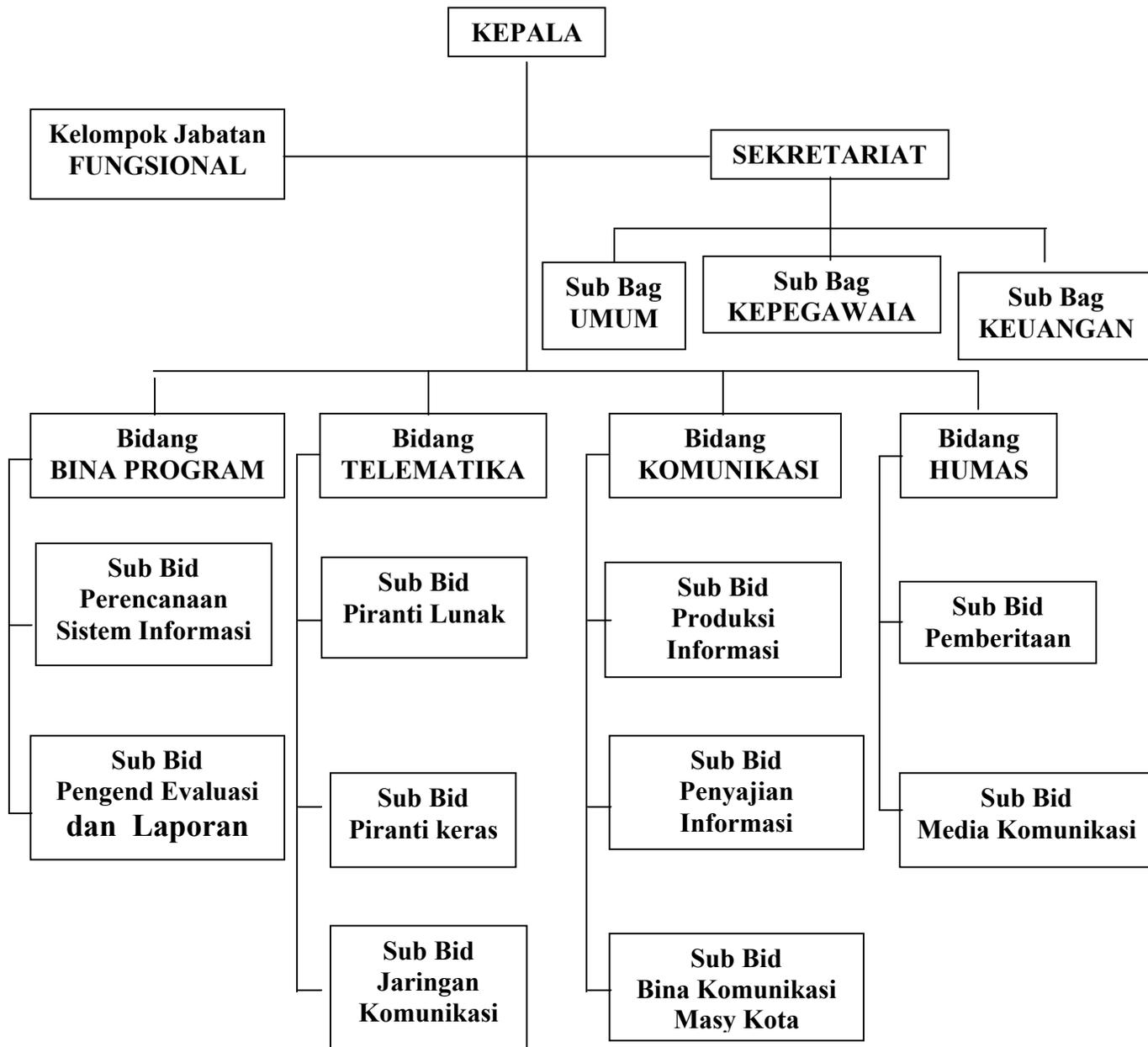
(Sumber: Perda nomor 6 Tahun 2001)

D. STRUKTUR ORGANISASI PEMERINTAH KOTA SURAKARTA DAN BADAN INFORMASI DAN KOMUNIKASI KOTA SURAKARTA

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 6 Tahun 2001 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kota Surakarta, maka struktur organisasi dari Pemerintah Kota Surakarta dapat digambarkan sebagai berikut:

Sedangkan susunan organisasi Badan Informasi dan Komunikasi Kota Surakarta adalah sebagai berikut:

**STRUKTUR ORGANISASI BADAN INFORMASI DAN KOMUNIKASI KOTA
SURAKARTA**



E. URAIAN TUGAS JABATAN STRUKTURAL DAN FUNGSIONAL

1. Jabatan Struktural

a. Kepala Badan

Mempunyai tugas melaksanakan urusan pemerintahan di bidang informasi dan komunikasi.

b. Sekretariat

Mempunyai tugas melaksanakan administrasi umum, kepegawaian dan keuangan sesuai dengan kebijakan teknis yang ditetapkan oleh Kepala Badan. Sekretariat terdiri dari:

1). Sub Bagian Umum

Mempunyai tugas melaksanakan urusan surat-menyurat, kearsipan, penggandaan, perjalanan dinas, rumah tangga, pengelolaan barang inventaris, pengaturan penggunaan kendaraan dinas serta kelengkapannya, hubungan masyarakat dan sistem jaringan dokumentasi dan informasi hukum.

2). Sub Bagian Kepegawaian

Mempunyai tugas melaksanakan administrasi kepegawaian.

3). Sub Bagian Keuangan

Mempunyai tugas melaksanakan pengelolaan administrasi keuangan.

Hasil kerja yang dilakukan bidang Sekretariat antara lain:

Peningkatan administrasi, membuat data pegawai/arsip, menata ruang kantor dan perlengkapan.

c. Bidang Bina Program

Bidang Bina Program mempunyai tugas melaksanakan penyusunan rencana strategis dan program kerja tahunan Badan, mengadakan monitoring dan pengendalian serta evaluasi dan pelaporan sesuai dengan kebijakan teknis yang ditetapkan oleh Kepala Badan. Bidang Bina Program terdiri dari:

1). Sub Bidang Perencanaan Sistem Informasi

Mempunyai tugas mengumpulkan, mengolah dan menyajikan data sebagai bahan penyusunan rencana strategis dan program kerja tahunan Badan.

2). Sub Bidang Pengendalian Evaluasi dan Pelaporan

Mempunyai tugas melaksanakan monitoring, pengendalian analisa dan evaluasi data serta menyusun laporan hasil pelaksanaan rencana strategis dan program kerja tahunan.

Hasil kerja Bidang Bina program antara lain: Menyusun laporan tahunan dan penyajian data dari Badan Informasi dan Komunikasi Kota Surakarta.

d. Bidang Telematika

Mempunyai tugas melaksanakan pengelolaan piranti lunak, piranti keras dan jaringan komunikasi sesuai dengan kebijakan sesuai teknis yang ditetapkan oleh kepala bidang.

Bidang Telematika terdiri dari:

1).Sub Bidang Piranti Lunak

Mempunyai tugas melaksanakan pekerjaan dibidang standarisasi piranti lunak, menyusun database dan sistem keamanan, perawatan sistem informasi, mengkoordinasikan pengembangan aplikasi dan melakukan kerja sama teknis.

2).Sub bidang Piranti Keras

Mempunyai tugas melaksanakan pekerjaan dibidang standarisasi, pengembangan, pemeliharaan, pemasangan piranti keras dan mengadakan kerja sama.

3).Sub Bidang Jaringan Komunikasi

Mempunyai tugas melaksanakan pekerjaan dibidang standarisasi, pengembangan, penyusunan sistem, pemeliharaan dan mengadakan kerja sama.

Hasil kerja yang dilakukan Bidang Telematika antara lain:

pembagian piket santel, membuat forum Telematika tingkat Karesidenan, sosialisasi internet.

e. Bidang Komunikasi

Mempunyai tugas memproduksi, menyajikan informasi dan menjalin komunikasi masyarakat Kota sesuai kebijakan teknis yang ditetapkan oleh Kepala Badan. Bidang Komunikasi terdiri dari:

1). Sub Bidang Produksi Informasi

Mempunyai tugas mengelola, menyediakan dan mendistribusikan informasi.

2).Sub Bidang Penyajian Informasi

Mempunyai tugas melaksanakan operasional pelayanan informasi dan komunikasi

3).Sub Bidang Komunikasi Masyarakat

Mempunyai tugas melaksanakan koordinasi dan pemberdayaan kelompok-kelompok informasi masyarakat.

Hasil kerja yang dilakukan Bidang Komunikasi antara lain Koordinasi kehumasan dan kegiatan dialogis dengan masyarakat, berupa sambutan Walikota, pengisian papan informasi dengan produk hukum/Perda, pembuatan tabloid, pembuatan dan pemasangan spanduk, pembuatan leaflet/brosur, pembuatan buku alamat pejabat, publikasi keliling, pembuatan baliho, pameran foto Subosukawonosraten.

f. Bidang Hubungan Masyarakat

Mempunyai tugas melaksanakan hubungan masyarakat untuk menciptakan simpati publik sesuai dengan kebijakan teknis yang diterapkan oleh Kepala Badan. Bidang Hubungan Masyarakat terdiri dari:

1). Sub Bidang Pemberitaan

Mempunyai tugas melakukan pemberitaan melalui berbagai media.

2). Sub Bidang Media Komunikasi

Mempunyai tugas mengumpulkan dan menganalisa informasi untuk bahan kebijakan Walikota serta melakukan perekaman, penyajian data dan pameran.

Hasil kerja yang dilakukan oleh Bidang Hubungan Masyarakat antara lain:

Talk show media radio dengan Walikota atau Pimpinan Unit Kerja.

2. Jabatan Fungsional

Kelompok Jabatan Fungsional di lingkungan badan terdiri dari:

- a. Pranata Komputer
- b. Arsiparis
- c. Pustakawan
- d. Juru Penerang
- e. Pemantau Frekuensi Radio
- f. Pengatur Frekuensi Radio
- g. Operator Transmisi Sandi.

(Sumber: Perda Nomor 6 Tahun 2001

BAB IV

PELAKSANAAN KULIAH KERJA MEDIA

A. PELAKSANAAN KULIAH KERJA MEDIA

Informasi dan Komunikasi antara Pemerintah dan masyarakat terkadang kurang sesuai dengan kenyataan, dengan ketidak sesuaian informasi inilah dapat mempengaruhi Citra dari kalangan masyarakat kota Solo terhadap Pemerintah Kota Solo. Untuk menjaga nama baik Pemerintah Kota maka salah satu tugas pokok Badan Informasi dan Komunikasi Humas Dinas Pemerintah Kota Surakarta adalah mengadakan Analisis dan Evaluasi Berita. Dalam menganalisis Berita ini penulis tertarik mengambil judul untuk Laporan Tugas Akhir ini adalah “Peran Humas Untuk Mengangkat Citra Pemerintah Surakarta”. Melalui analisis berita itu penulis mengetahui bagaimana Pemerintah Kota Surakarta dalam menjaga Citra dikalangan Masyarakat.

Pembahasan tentang Citra atau Nama Baik secara sederhana diartikan bahwa dalam Instansi Pemerintahan Citra sangat penting karena dalam proses kerjanya di Pemkot Solo mempunyai Visi dan Misi yang ingin di raih bias terwujud, yaitu di bidang Informasi dan Komunikasi.

Pada awalnya analisis berita ini bermanfaat bagi Pemkot sendiri karena dengan diadakan analisis berita Pemkot tahu bagaimana opini masyarakat terhadap kerjanya dan manfaatnya untuk masyarakat bahwa mereka tahu sejauh mana mereka mendapatkan informasi dari Pemkot.

Pembahasan tentang Analisis Berita ini mencakup dari penilaian masyarakat terhadap Pemkot atau dapat dikatakan opini public yang merupakan

pemikatan lain yang disampaikan oleh masyarakat khusus mananggapi terjadinya suatu peristiwa, kejadian atau kebijakan Pemerintah. Pengertian Opini Publik yang lain adalah suatu ungkapan keyakinan yang menjadi pegangan bersama di antara para anggota sebuah kelompok atau public, mengenai suatu masalah controversial yang menyangkut kepentingan umum.

Untuk mendapatkan opini dari masyarakat maka Humas Pemerintah mamfaatkan kliping harian dari berbagai sumber surat kabar (Solo Pos, Suara Merdeka, Jawa Pos, Joglo Semar, Seputar Indonesia, Kompas) dari berita ini dipilih mulai dari Politik, Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Pendidikan. Dalam opini public ini ada tiga konsekuensi yaitu konsekuensi positif, konsekuensi negative, dan konsekuensi netral. Konsekuensi positif mencakup kinerja yang baik sehingga kinerja Pemkot bias dikatakan berhasil. Konsekuensi Negatif mencakup Kinerja Pemkot yang kurang baik sehingga perlu diadakan evaluasi dan perbaikan kedepannya, Konsekuensi Netral mencakup Konsekuensi Positif dan Konsekuensi Negativ atau keduanya seimbang.

Pembuatan Analisis Berita sangat diperlukan ketelitian dan kecermatan dalam membaca kliping karena betul-betul mencari dampak atau opini apa yang terjadi pada 35 Bidang di Pemkot dan mampu membagi menurut Konsekuensinya. Analisis Berita ini dibuat perhari dan dirangkum kembali menjadi satu untuk mencari barita atau opini apa yang paling menonjol ditiap minggunya sehingga Pemkot sendiri tahu bagaimana kinerja Citra Pemkot dari kalangan masyarakat.

Pada awal permulaan penulis sendiri belum jelas dan belum paham betul apa itu Analisis Berita, isi dari Analisis Berita itu seperti apa, bagaimana cara membuatnya. Setelah diberi penjelasan oleh staff penulis diberi kepercayaan pertama untuk menganalisis berita Periode ke II, dalam setiap pembuatan Analisis Berita penulis dibantu oleh para staff. Setelah selesai tugas pertama dan dikoreksi penulis ditugaskan untuk membuat Analisis Berita rutin mulai dari Periode II. Menganalisis berita adalah sebagai salah satu tugas rutin di Badan Humas Dan Protokol.

Dengan menganalisis Berita ini pula kita tahu informasi-informasi yang ada di Kota Solo, dan kita juga tahu bagaimana cara Pemerintah Kota Surakarta untuk menjaga nama baik serta mampu mengevaluasi dan mencari cara untuk menyikapinya.

A. Tempat dan Waktu Pelaksanaan.

Tempat Kuliah Kerja Media penulis melaksanakan di Badan Informasi Dan Komunikasi (BIK) Kota Solo yang sekarang berganti nama sebagai Humas dan Protokol Pemerintah Kota Surakarta yang beralamatkan di Jl.Jenderal Sudirman No.2 Surakarta 57111. Kuliah Kerja Media dimulai Tanggal 02 February sampai 18 April 2009. Pelaksanaan magang dimulai Pukul 06.00-14.00 WIB. Masuk dari hari Senin sampai Jum'at.

B. Bidang Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Media yang dilakukan oleh penulis di Pemerintah Kota Surakarta Bagian Humas dan Protokol penulis melaksanakan tugas sesuai dengan bidangnya, antara lain berhubungan langsung dengan masyarakat di kota Solo, dengan melaksanakan liputan di beberapa tempat dikota Solo. Dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Media ini, penulis juga mendapatkan bantuan dari para staff yang ada di Bagian Humas dan Protokol Pemerintah Kota Surakarta.

C. Laporan Pelaksanaan.

Pada periode I – XI dari tanggal 2 February sampai dengan 18 April 2009, banyak sekali kegiatan-kegiatan yang dilakukan selama Kuliah Kerja Media di Bagian Humas dan Protokol Pemerintah Kota Surakarta, antara lain :

1. Membuat Kliping harian dari semua surat kabar (Solo Pos, Suara Merdeka, Jawa Pos, Joglo Semar, Seputar Indonesia, Kompas) dari berita ini dipilih-pilih mulai dari Politik, Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Pendidikan yang khususnya berita penting Kota Solo. Hal ini dilakukan untuk dokumen Pemerintah Kota Surakarta, dimana dokumen-dokumen ini berfungsi untuk mengetahui berita-berita yang berkembang di Kota Solo. Berita-berita tersebut termasuk berita positif maupun berita negative.
2. Menganalisis berita Periode II – XI mulai dari tanggal 9 February sampai dengan 18 April 2009.

Dimana menganalisis berita adalah agenda mingguan Pemerintah Kota Surakarta bagian Humas dan Protokol. Selama magang penulis dipercayakan untuk membantu staff yang ada di kantor untuk membuat analisis berita. Analisis berita ini dilakukan untuk mengetahui berita yang sudah berkembang di Kota Solo, dan analisis berita juga berfungsi untuk membandingkan penurunan ataupun kenaikan tentang prosentase berita negative dan positif di Kota Solo.

3. Mengadakan Liputan seluruh kegiatan di Kota Solo

Meliputi acara Pendidikan Politik Masyarakat menjelang PEMILU; Meliput berita Kunjungan Menteri Negara Perumahan Rakyat; Membantu Persiapan Piala Davis dan Kunjungan Presiden RI; Meliput Piala Davis Cup; Melakukan Pengumpulan data dengan tehnik wawancara bersama Kepala Dinas Pasar dan Kepala Dinas Pendapatan, Pengelolaan, Keuangan, dan aset; Meliput Korban Bencana Banjir di Kota Solo; Meliput Proses Pencontrengan PEMILU; Meliput Proses penghitungan suara. Liputan ini dilakukan oleh Pemerintah Kota Solo Bagian Humas dan Protokol untuk mengetahui secara langsung kejadian apa yang terjadi di Kota Solo, dan tidak hanya mendengarkan dari media saja.

4. Membuat Press Release Kunjungan Menteri Negara Perumahan Rakyat; Membuat Press Release laporan data monitoring harga bahan pokok strategis. Pembuatan Press Release dilakukan untuk mengetahui secara rinci tentang apa yang telah terjadi, agar lebih mudah dikaji dan lebih mudah dimengerti.

5. Membuat Jadwal Acara Kunjungan Presiden RI Di Surakarta, Tanggal 7 – 8 Maret 2009.
6. Membuat Undangan Rangkaian Acara Dalam Rangka Peringatan Hari Jadi Ke – 264 Kota Sala Tahun 2009.
7. Daftar SKPD Pemerintah Kota Surakarta.
8. Jadwal Acara Fasilitas Kerjasama Operasional Pelaksanaan KPR dan KPRS/ KPRS Mikro Bersubsidi.
9. Membuat kata sambutan acara Pelantikan Pengurus PDGI Cabang Surakarta.
10. Susunan Acara Kunjungan Kerja Menteri Negara Perumahan Rakyat Ke Surakarta.
11. Membuat tata cara Pangetan Kaping 264 Hadegipun Kitha Sala Surya Kaping 17 Pebruari 2009.
12. Membuat Iklan Layanan Masyarakat.

Cara Pemerintah Kota Surakarta berkomunikasi dengan masyarakat adalah dengan menggunakan Iklan Layanan Msyarakat. Dalam hal ini selama magang penulis dipercaya untuk membantu membuat beberapa contoh Iklan Layanan Msyarakat.

D. Hal Yang Dilakukan Untuk Mengangkat Citra Pemerintah Kota Surakarta.

Dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Media banyak hal yang telah dipelajari penulis, antara lain adalah bagaimana cara mengangkat citra Pemkot Di kalangan masyarakat, dan yang telah dipelajari oleh penulis adalah cara menganalisis berita, ketika liputan dating tepat waktu dan disiplin.

E. Kendala

Selama Kuliah Kerja Media di Badan Humas dan Protokol Pemerintah Kota Surakarta sedikit kendala yang penulis dapat hari pertama masuk adalah masih rancu dan bingung apa yang akan dikerjakan karena belum beradaptasi dengan para staff kantor. Setelah satu minggu berjalan diberi kegiatan dan tugas, setiap ada kegiatan yang harus dikerjakan ada kesalahan karena pertama kali melakukan kegiatan tersebut, tetapi tidak khawatir karena setiap melakukan kegiatan kita diberi tanggung jawab penuh untuk melakukan kegiatan dan tugas tersebut setelah selesai pasti akan diteliti dan di koreksi lagi oleh staff yang bersangkutan. Jika masih ada kesalahan jangan pernah ragu untuk bertanya kepada para staff, apalagi dalam pembuatan analisis berita, sangatlah diperlukan kejelian dan ketelitian karena sangat rancu untuk membedakan antara berita yang positif, negative, ataupun netral. Karena analisis berita ini sangat penting menentukan baik atau tidaknya kerja Pemerintah Kota Surakarta di tiap bulannya.

F. Kemajuan

Dari setiap kegiatan pasti ada kemajuan, dan kemajuan yang penulis peroleh sangatlah banyak, dalam pembuatan kliping dan analisis berita penulis mengetahui berita-berita atau informasi yang ada di Kota Surakarta, mengetahui tempat-tempat yang sudah di renovasi, bisa membuat sambitan dan press release dengan baik, mendapat teman-teman pers dari berbagai surat kabar, juga mampu melaksanakan semua tugas yang telah diberikan dari para staff.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Kegiatan Kuliah Kerja Media 2009 yang telah dilakukan oleh penulis di Pemerintah Kota Surakarta, telah memberikan suatu gambaran dan bukti nyata bahwa tujuan dilakukannya Kuliah Kerja Media oleh Universitas Sebelas Maret Surakarta (UNS) untuk Mahasiswa sangatlah penting sekali. Tujuan dilakukannya Kuliah Kerja Media adalah untuk mengaplikasikan teori-teori pada semasa Mahasiswa menempuh kuliah di Universitas, apakah benar teori-teori semasa menempuh di Universitas benar-benar penting dilakukan dan dibutuhkan dalam hal praktek kerja. Dan ternyata setelah penulis melakukan Kuliah Kerja Media 2009 di Pemerintah Kota Surakarta selama 3 bulan atau tepatnya dimulai pada tanggal 2 Februari s/d 18 April 2009, penulis dihadapkan suatu pelatihan praktek kerja yang nyata.

Dimana disitu seorang Penulis mengaplikasikan teori-teori semasa Penulis menempuh kuliah di Universitas Sebelas Maret Surakarta (UNS). Dan Penulis memberikan pembuktian sendiri bahwa teori-teori yang diberikan Universitas Sebelas Maret Surakarta kepada Mahasiswanya sangatlah benar, penting dan dibutuhkan sekali dalam hal Kuliah Kerja Media. Selain itu tujuan dilakukannya Kuliah Kerja Media adalah untuk membentuk Mahasiswa menjadi tenaga kerja yang handal, terampil, kreatif dan siap kerja yang dibutuhkan oleh setiap instansi atau perusahaan untuk menghadapi persaingan di era globalisasi.

Dari Kuliah Kerja Media ini pula penulis mengetahui bahwa Public Relations tidak hanya bergerak di bidang swasta tetapi juga dalam bidang pemerintahan. Pemerintahan juga perlu adanya seorang Public Relations yang diharap mampu menjadi wakil dari masyarakat dan Pemerintahan. Bagaimanapun juga seorang Public Relations dituntut untuk mampu berkomunikasi dengan baik, agar tercipta hubungan yang baik pula dari Pemerintahan dan masyarakat.

Selama melaksanakan Kuliah Kerja Media di Pemerintah Kota Surakarta penulis banyak belajar tentang apa saja yang dilakukan oleh Public Relations di Pemerintahan. Meskipun tidak sedikit kendala yang dihadapi, namun penulis tetap melaksanakan Kuliah Kerja Media dengan sungguh-sungguh dan tidak menyerah, dalam Kuliah Kerja Magang penulis juga tidak malu bertanya bila memang belum faham kepada hal-hal tertentu. Setelah melaksanakan proses magang selama 3 bulan penulis kini dapat membuat analisis berita mengenai berita negative dan positif dalam pemerintahan, dapat membuat kliping harian secara benar, dimana dalam pembuatan kliping penulis harus memilih dan menyeleksi berita-berita yang dimasukkan dalam kliping harian. Dari magang ini juga penulis menjadi tahu bagaimana rasanya liputan, karena dalam proses magang beberapa kali penulis dipercaya untuk melakukan liputan ketika ada acara-acara penting di Kota Solo, diantaranya adalah liputan dalam acara Pendidikan Politik Masyarakat, Banjir di Kota Solo, meliput Kunjungan Menteri Negara Perumahan Rakyat, meliput acara Piala Davis dan kunjungan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Dari sinilah penulis juga bisa bertemu langsung

dengan orang-orang penting Pemerintahan Indonesia. Selain hal tersebut, dalam proses Kuliah Kerja Media penulis juga dipercaya untuk membuat Press Release, hal tersebut membuat penulis kini dapat membuat press release yang baik dan benar. Ketika Kuliah Kerja Media penulis juga dipercaya untuk membuat Iklan Layanan Masyarakat, dimana hal tersebut sangat berguna untuk bekal penulis di masa depan, karena dalam pembuatan Iklan Layanan Masyarakat dibutuhkan keterampilan dan juga ketekunan. Berkat Kuliah Kerja Media ini pula penulis menjadi tahu bagaimana cara membuat Iklan Layanan Masyarakat yang benar-benar menarik bagi masyarakat untuk melaksanakannya dan tidak hanya digunakan sebagai penghias jalan di Kota Solo. Selain banyak hal yang disebutkan diatas, hal yang paling berkesan bagi penulis adalah ketika dimana penulis belajar langsung tentang dunia kerja, bagaimana cara berinteraksi dan penyesuaian diri dalam dunia kerja, serta mengenal banyak orang dan berbagai macam karakter orang di Pemerintah Kota Surakarta. Disinilah penulis betul-betul memahami bahwa hal tersebut merupakan bekal yang sangat berharga bagi kehidupan penulis di masa mendatang.

A. SARAN

1. Diharapkan agar segenap keluarga FISIP selalu ada hubungan kerjasama yang baik dengan Pemerintah maupun instansi swasta agar disetiap Kuliah Kerja Media dipermudah oleh Instansi tersebut.
2. Diharapkan Bagian Humas dan Protokol di Kota Solo selalu meningkatkan kualitas kerjanya dengan semangat kerja yang tinggi, mengesienkan waktu secara maksimal dalam menjalankan tugas, menjaga kebersihan agar tercipta suasana kerja yang nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

Frank Jefkins. 1995. *Public Relations*. Jakarta. Penerbit Erlangga Indonesia.

F. Rachmadi. 1992. *Public Relations*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Onong Uchjana Effendi. 1987. *Dimensi-dimensi Komunikasi*. Bandung. Penerbit Alumni

Onong Uchjana Effendi. 1982. *Human Relations dan Public Relations Dalam Management*. Bandung. Percetakan offset Alumni.

Rosadi Ruslan. 2003. *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.

Rhenald Kasali. 2004. *Manajemen Public Relations. Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta. PT. Temprint. Indonesia.