

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Good governance merupakan wujud dari penerimaan akan penting suatu perangkat peraturan dan tata kelola yang baik untuk mengatur hubungan, fungsi dan kepentingan berbagai pihak dalam urusan bisnis maupun pelayanan publik. Saat ini Indonesia merupakan salah satu negara di dunia yang sedang berjuang terciptanya *good governance*. Namun, keadaan saat ini berbanding terbalik dengan apa yang ingin diciptakan oleh negara, seperti adanya kepentingan politik, KKN, peradilan yang tidak adil, dan kurangnya integritas dan transparansi adalah beberapa masalah yang membuat terhambat terwujudnya *good governance*.

Menurut Ganie (2000) menjelaskan *good governance* adalah mekanisme pengelolaan sumber daya ekonomi dan sosial yang melibatkan pengaruh sektor negara dan sektor non negara dalam suatu usaha kolektif. Menurut Idup Suhadi dan Desi Fernanda (2001) terdapat tiga pilar dari *good governance* yaitu, pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat madani (*civil society*). Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan provinsi yang menempati ranking pertama dalam Indonesia Governance Index (IGI) 2012-2013, yang artinya pemerintah DIY sedang gencar-gencarnya mewujudkan *good governance* didalam sebuah pemerintahan.

Salah satu aktualisasi nilai dan prinsip dari *good governance* adalah transparansi. Transparansi adalah prinsip yang menjamin akses dan kebebasan setiap orang untuk memperoleh informasi tentang penyelenggaraan pemerintahan, yakni informasi tentang kebijakan, proses pembuatan dan pelaksanaannya, serta hasil-hasil yang dicapai. Transparansi yakni adanya kebijakan terbuka bagi pengawasan,

sedangkan informasi yang dimaksud ialah mengenai setiap aspek kebijakan pemerintah yang dapat dijangkau oleh publik. *Good governance* sangat identik dengan pemerintahan yang terbuka, yang mana memiliki hak untuk memantau perilaku pejabat publik dalam menjalankan peran publiknya. Adanya informasi publik sebagai bentuk dari terwujudnya transparansi yang dapat diakses oleh masyarakat, maka akan menjadi sarana pengawasan publik terhadap kinerja penyelenggara negara, sesuatu yang berkaitan dan berakibat pada kepentingan publik. Sehingga terciptanya pemerintahan yang bersih, efisien, dan bebas dari praktik KKN.

Pada praktiknya, transparansi bersifat terbuka dan bertanggungjawab untuk mendorong segenap penyelenggara pemerintahan berperan dalam mengamalkan dan mengimplementasikan kode etik pemerintahan. Upaya pemberdayaan masyarakat serta *stakeholder* terkait dalam praktik keterbukaan informasi publik seperti memberi kesempatan kepada masyarakat untuk dapat berperan serta dalam proses penyusunan peraturan kebijakan, pelaksanaan, dan pengawasan pembangunan. Sehingga, pemberdayaan dan keterbukaan akan lebih mendorong pada akuntabilitas dalam pemanfaatan sumber daya, dan adanya keputusan-keputusan pembangunan yang benar-benar diarahkan sesuai prioritas dan kebutuhan masyarakat, serta dilakukan secara *real* dan adil sesuai aspirasi dan kepentingan masyarakat. Selain itu, transparansi merujuk pada keterbukaan pemerintahan dalam membuat kebijakan-kebijakan, sehingga diketahui masyarakat dan lembaga pengawas pemerintahan. Transparansi pada akhirnya akan menciptakan pemerintahan yang bersih, efektif, efisien, akuntabel, dan responsif terhadap aspirasi dan kepentingan masyarakat antara pemerintah dan masyarakat.

Menurut Mustopa Didjaja (2003) prinsip transparansi tidak hanya berhubungan dengan hal-hal yang menyangkut keuangan, transparansi pemerintah dalam

perencanaan ialah keterbukaan dalam hal rapat-rapat, seperti penyelenggara pemerintah terbuka dalam melaksanakan rapat-rapat yang penting bagi masyarakat. Kemudian, keterbukaan informasi, seperti berhubungan dengan dokumen-dokumen yang perlu diketahui oleh masyarakat, informasi pelelangan dan penerimaan aparatur sipil negara. Kemudian, keterbukaan prosedur, yang berhubungan dengan prosedur pengambilan keputusan maupun prosedur penyusunan rencana, seperti keterbukaan rencana pembebasan tanah. Keterbukaan register, merupakan kegiatan pemerintahan yang berisi fakta hukum, seperti catatan sipil dan buku tanah yang bersifat terbuka. Keterbukaan menerima peran serta masyarakat, seperti masyarakat dapat mengemukakan pendapatnya mengenai kebijakan pemerintah dan adanya pengaruh masyarakat dalam memengaruhi pengambilan suatu keputusan.

Selain itu, peran media sangat penting bagi transparansi demi terwujudnya *good governance*, sehingga dapat memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk berkomunikasi, menjelaskan berbagai informasi yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat, dan sebagai pengawas atas kebijakan-kebijakan pemerintahan dan perilaku menyimpang dari lembaga penyelenggara pemerintahan. Sesuai pada prinsip transparansi, yaitu partisipasi masyarakat dalam penyusunan kebijakan dan pengambilan keputusan. Pada pelaksanaannya, Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta dikemas dalam sebuah acara bertajuk *publik hearing*, seperti penentuan hari jadi DIY, di mana ada peran serta masyarakat dalam menentukan hari jadi DIY tersebut.

Kemudian, keterlibatan masyarakat dalam perencanaan dan pemanfaatan dana keistimewaan DIY sesuai dengan amanat undang-undang keterbukaan informasi publik, bahwa masyarakat mendapatkan informasi, seperti informasi mengenai dana keistimewaan DIY yang dapat disajikan mulai dari besaran, pengelolaan, hingga tata

cara penyalurannya melalui berbagai media, dengan demikian masyarakat dapat mengakses dan ikut mengawasi penggunaan dana tersebut.

Selain itu Pemerintah DIY telah memberikan ruang bagi masyarakat DIY dalam perencanaan penggunaan danais melalui laman Jogjaplan.com. Melalui laman itu masyarakat dapat mengajukan proposal usulan program keistimewaan ke Pemda DIY. Peran serta swasta juga dilibatkan dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi Pemerintah Daerah DIY, seperti penanggulangan kemiskinan seperti program pengabdian masyarakat, hal tersebut didasarkan meningkatnya jumlah angka kemiskinan di DIY.

Dalam segi pengawasan masyarakat terhadap pemerintah baik itu kinerja pemerintahan maupun anggaran yang dikelola pemerintah, Pemda DIY meluncurkan aplikasi pembayaran Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) menggunakan GoPay lewat fitur GoBills yang tersedia di aplikasi Gojek, dengan adanya aplikasi tersebut diharapkan mampu mendukung upaya transformasi birokrasi dan transparansi finansial yang diusung oleh Pemda DIY. Kontribusi masyarakat dalam penyusunan maupun usulan program yang digagas oleh Pemda DIY, Pemda DIY memiliki sebuah aplikasi bernama E-Lapor, yang merupakan aplikasi media lapor resmi Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam aplikasi tersebut masyarakat dapat melaporkan segala permasalahan di wilayah DIY, seperti infrastruktur, pendidikan, sosial, pangan, kebencanaan, informasi publik dll.

Informasi terbaru dalam penerimaan laporan dari masyarakat melalui aplikasi E-Lapor, terhitung sebesar 672 keluhan, dari total semua keluhan tersebut, laporan

masyarakat sudah diterima dan ditanggap oleh masing-masing Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) dari masing-masing bidang, baik itu bidang infrastruktur, pelayanan publik, kesehatan, kebencanaan, pendidikan dll, yang memiliki respons *on time* sebesar 49% dan respons *late* sebesar 51%. Artinya, aplikasi E-Lapor tersebut bukan sekadar aplikasi yang hanya diluncurkan oleh pemerintah DIY kemudian masyarakat tidak mendapatkan dampak maupun manfaat dari kehadiran aplikasi tersebut, tetapi dengan adanya aplikasi E-Lapor masyarakat dapat berkontribusi secara penuh terhadap pembangunan di DIY, melalui pemanfaatan dari aplikasi tersebut.

Penelitian ini bukanlah penelitian satu-satunya yang pernah dilakukan, sebelumnya ada beberapa penelitian yang mengkaji tentang manajemen hubungan masyarakat di lembaga pemerintah. Peneliti mengambil lima penelitian sebagai penelitian terdahulu yang relevan. Pertama, Mukhroman, I., & Gumelar, R. (2013), hasil dari penelitian tersebut ialah, bahwa Humas Pemerintah prov Banten belum memahami bagaimana menggunakan riset formatif dalam suatu perencanaan kehumasan, Humas Pemprov Banten belum memiliki tujuan dan sasaran dari perencanaan program, dalam hal pelaksanaan Humas Pemprov Banten belum memahami bagaimana pelaksanaan taktik PR, dan bagian evaluasi yang dilakukan Humas Pemprov Banten belum melakukan evaluasi yang mendalam.

Penelitian kedua Erliansyah, (2017), hasil dari penelitian tersebut, dalam tahapan perencanaan Humas merencanakan mengenai perencanaan pengelola *cyber public relations*, perencanaan khalayak, perencanaan waktu, dan perencanaan media. Dalam pelaksanaan kegiatan, Humas berfokus kepada pengelolaan informasi, pemilihan media, proses monitoring dan komunikasi, dan peranan pihak terkait kegiatan *cyber public relations*. Dalam tahapan evaluasi, Humas melakukan proses

evaluasi dengan berpatokan dan berfokus pada target sasaran kegiatan *cyber public relations*, waktu evaluasi, dan evaluasi khalayak.

Penelitian ketiga, Komariah, K., & Subekti, P. (2016), hasil dari penelitian ini Humas Kabupaten Pangandaran belum memahami pentingnya riset dalam perencanaan kegiatan kehumasan, seperti penentuan publik sasaran, sehingga karakteristik masyarakat yang berbeda menyebabkan penerimaan informasi menjadi berbeda-beda. Dalam perencanaan dan pemrograman, Humas Kabupaten Pangandaran tidak melakukan strategi pemilihan media yang sesuai dengan publik sasarannya, karena tidak semua masyarakat Pangandaran dapat mengakses internet. Tidak melibatkan peran *stakeholders* seperti tokoh sosial, ekonomi dan agama dalam pelaksanaan program kegiatan, sehingga program yang dijalankan tidak maksimal.

Penelitian ke empat dari Dewi, M., & Hadiwijaya, M. (2016), hasil dari penelitian ini adalah pemerintah Kota Palembang dalam kampanye Palembang EMAS telah melakukan analisis situasi terlebih dahulu sebelum melakukan perencanaan program. Pada tahapan pelaksanaan kegiatan komunikasi dilakukan secara tatap muka maupun berbagai saluran media. Pada tahapan evaluasi dilakukan secara triwulan, semester dan tahunan, dimana hasil evaluasi menjadi pertimbangan untuk peningkatan program kedepannya.

Penelitian kelima ialah dari Sari, Intan T., & Yusuf, Iwan, A. (2012), hasil dari penelitian ini adalah Direktorat PMP Kemenkomunfo telah mengimplementasikan fungsi dan manajemen *Public Relations* (PR) dalam sosialisasi UU KIP. Publisitas terkait UU KIP kepada Badan Publik dan masyarakat dilakukan melalui berbagai media. Implementasi manajemen PR oleh Direktorat PMP Kemenkominfo dalam

sosialisasi UU KIP, dilakukan dengan melalui proses manajerial dari mengidentifikasi masalah hingga tahapan evaluasi.

Berbeda dengan penelitian terdahulu, objek penelitian ini adalah Humas Pemerintah Daerah DIY dengan fokus pada tahapan manajemen hubungan masyarakat (Humas) dalam mendukung terwujudnya *good governance*. Bertujuan untuk mengetahui secara mendalam bagaimana tahapan-tahapan manajemen Humas di Pemda DIY, serta dapat mengetahui apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan tahapan manajemen Humas. Kemudian bagaimana keterlibatan masyarakat secara langsung dalam perencanaan hingga evaluasi pada program kehumasan di Humas Pemda DIY dalam mendukung terwujudnya *good governance*.

Berdasarkan penelitian tersebut peneliti tertarik mengambil penelitian di bidang hubungan masyarakat Pemda DIY, dikarenakan Pemda DIY telah menerapkan *good governance* dengan baik dalam menjalankan roda pemerintahan terkhusus pada prinsip transparansi, di mana transparansi akan menciptakan akuntabilitas antara rakyat dan pemerintah (Mustopa Didjaja, 2003) dari berbagai penerapan prinsip transparansi yang dilakukan Pemda DIY, Pemda DIY raih penghargaan LHE SAKIP (Laporan Hasil Evaluasi Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah) Terbaik Se-Indonesia dari Menpan RB dengan Predikat AA (<https://www.jogjaprovo.go.id>). Kemudian Bidang Humas Pemda DIY sebagai pelaksana dalam mengomunikasikan program pemerintah dan penghubung yang menjembatani antara masyarakat dan pemerintah, Humas Pemda DIY mendapatkan dua penghargaan Anugrah Humas Indonesia (AHI) 2019 yang

merupakan ajang kompetisi kinerja Humas pemerintah/GPR.

(<https://www.jogjaprovo.go.id>)

Kemudian, dalam mewujudkan *good governance* dari sisi *local wisdom*, Pemerintah Daerah DIY mengeluarkan Peraturan Gubernur Nomor 72 Tahun 2008 tentang budaya pemerintahan yang disebut SATRIYA di Daerah Istimewa Yogyakarta. Tujuannya adalah bentuk komitmen pemerintah DIY dalam mencapai keberhasilan transformasi birokrasi yang berbasiskan pada nilai-nilai kearifan lokal DIY, yaitu filosofi *hamemayu hayuning bawana* yang artinya kewajiban melindungi, memelihara serta membina keselamatan dunia dan lebih mementingkan berkarya untuk masyarakat dari pada memenuhi ambisi pribadi. Kemudian ajaran moral *sawiji* berarti penjiwaan total, *greget* berarti semangat tanpa bertindak kasar, *sungguh ora mingkuh* berarti pantang mundur dan disiplin diri dan *golong-gilig* berarti semangat persatuan antara rakyat dan penguasa.

Dengan adanya transformasi birokrasi seperti SATRIYA, diharapkan setiap aparatur yang berada dilingkungan DIY untuk rela melayani inovatif, percaya diri, dan profesional dalam melayani masyarakat sesuai dengan prinsip-prinsip SATRIYA, sehingga hasil yang dicapai dari penerapan keberhasilan transformasi birokrasi seperti SATRIYA akan mewujudkan *good governance* dengan baik. Dalam menjalankan transformasi birokrasi, Humas Pemda DIY menjalankan manajemen Humas membagi menjadi dua yaitu internal dan eksternal. Dari sisi internal, Humas Pemda DIY menyampaikan kebijakan-kebijakan gubernur dan wakil gubernur ke seluruh Aparatur Sipil Negara (ASN) dilingkungan Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta, dari sisi eksternal menyampaikan kebijakan-kebijakan gubernur dan wakil gubernur ke masyarakat DIY, dalam menyampaikan kebijakan tersebut Humas Pemda DIY

menerapkan transformasi birokrasi yang berbasiskan pada nilai-nilai kearifan lokal DIY.

Selain itu, dengan meraihnya LHE SAKIP dengan predikat AA, Pemda DIY dipercaya oleh Kemenpan RB sebagai *pilot project* untuk percontohan untuk daerah lain mengenai tata kelola pemerintahan yang baik dalam upaya mendukung terwujudnya *good governance*. Ada dua sisi yang menjadi percontohan mengenai LHE SAKIP tersebut, yaitu dari sisi manajemen, seperti peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM), Keterbukaan Informasi Publik (KIP), dan Teknologi Informasi (TI). Kemudian dari sisi perencanaan anggaran, seperti penerapan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah DIY (RPJMD) dengan menggunakan *cascading* atau proses penjabaran dan penyelarasan Sasaran Strategis (SS), Indikator Kinerja Utama (IKU), dan target IKU secara vertikal dari level pegawai yang lebih tinggi ke level pegawai yang lebih rendah.

Dapat disimpulkan peranan manajemen Humas pemerintah dalam mengomunikasikan semua kebijakan yang telah dibuat sangatlah penting sesuai pada tatanan prinsip-prinsip transparansi. Transparansi dalam penyelenggaraan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan, yang bersifat terbuka, mudah, dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan serta disediakan secara memadai dan mudah dimengerti oleh semua penerima kebutuhan pelayanan.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Bagaimana tahapan-tahapan manajemen hubungan masyarakat (Humas) Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dalam mendukung terwujudnya *good governance* tahun 2019 ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan bagaimana tahapan-tahapan manajemen hubungan masyarakat (Humas) Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dalam mendukung terwujudnya *good governance* ?

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dalam penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber pengetahuan manajemen Humas pemerintah dalam mendukung terwujudnya *good governance*.
 - b. Sebagai sumber informasi bagi penelitian di bidang manajemen Humas pemerintah dalam mendukung terwujudnya *good governance* pada masa yang akan datang.
 - c. Berkontribusi dalam bidang komunikasi, khususnya mengenai manajemen Humas pemerintah dalam mendukung terwujudnya *good governance*, sehingga terciptanya *mutual understanding* terhadap pemerintah dan masyarakat.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat tentang bagaimana manajemen hubungan masyarakat (Humas) Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dalam mendukung terwujudnya *good governance*

b. Bagi Peneliti selanjutnya

Manfaat penelitian ini bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memberikan pengalaman serta wawasan mengenai bagaimana manajemen hubungan masyarakat (Humas) Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dalam mendukung terwujudnya *good governance* serta peran Pemerintah Daerah DIY dalam mengomunikasikan kebijakan-kebijakan pemerintahan melalui media-media yang dianggap paling efektif dan dapat memberikan kontribusi yang besar bagi masyarakat.

c. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa tentang bagaimana manajemen hubungan masyarakat (Humas) Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dalam mendukung terwujudnya *good governance*.

E. Kajian Teori

1. Konsep Manajemen Hubungan Masyarakat (Humas)

a. Pengertian Hubungan Masyarakat (Humas)

Sani, A., Hidayat, M., & Sjafirah, Asri, N. (2020) humas merupakan proses perencanaan yang strategik dan aktif dalam pengambilan keputusan bagi komunikator lembaga terhadap masyarakat umum sebagai publiknya.

Tarif, La., Herman, La, O., Tunda, A., Efrianto, La, O (2019) *public relations* merupakan suatu kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan, dan melalui kegiatan-kegiatan yang bertujuan menciptakan suatu dampak, yakni perubahan yang positif.

Ratnasari, E., Rahmat., A., & Praswoto, Ari, A. (2018) humas merupakan peran manajer dalam membantu manajemen dalam menyampaikan komunikasi yang efektif kepada publik dalam mencapai keterbukaan informasi publik.

Soyusiawaty, D., & Fajri, C. (2016) *public relations* adalah sebuah fungsi manajemen yang menjadi jembatan komunikasi antara organisasi dengan publiknya tentu mempunyai peranan dalam mengatasi suatu masalah.

Luqman, Yanuar (2012) humas merupakan fungsi strategis dalam menjalankan tugas komunikasi yang menjembatani antara manajemen dan publiknya, bukan hanya bertindak sebagai *spoke person* dari pimpinan.

Menurut Cutlip, Center dan Broom dalam bukunya *Effective Public Relations* (2006) menyatakan bahwa *public relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

Menurut Arikunto (2009) Humas merupakan fungsi yang khas antara organisasi dengan publiknya, atau antara lembaga pendidikan dengan warga di dalam dan

masyarakat luar. Masyarakat adalah orang, lembaga, badan pemerintah dan swasta, pasar, toko dan lain sebagainya.

Edward L. Bernays (2002) mengatakan bahwa hubungan masyarakat (Humas) mempunyai tiga pengertian, yaitu:

- a. Memberikan penerangan kepada masyarakat
- b. Membujuk masyarakat untuk mengubah sikap dan tindakannya
- c. Mengusahakan untuk mengintegrasikan sikap dan tindakan pemerintah dengan masyarakat dan sebaliknya, masyarakat dengan pemerintah.

Menurut *International Public Relations Association (IPRA)* Humas adalah sebuah fungsi manajemen yang terencana dan berkelanjutan, organisasi induk dan lembaga swasta atau publik yang bertujuan untuk mendapatkan pengertian, simpati, dan dukungan dari pihak – pihak terkait atau yang memiliki hubungan dengan penelitian opini publik di antara mereka.

Menurut Morrisson (2006) Humas merupakan ilmu sosial yang dapat digunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasihati pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan publik.

Menurut Scoot M. Cutlip dan Allen H. Center (2011), proses manajemen kehumasan sepenuhnya mengacu pendekatan manajerial. Proses perencanaan ini dapat dilakukan melalui empat tahapan yang menjadi landasan acuan untuk pelaksanaan program kerja kehumasan adalah *fact finding*, *planning*, *communicating*, dan *evaluating*.

Menurut Ruslan (2005), manajemen Humas adalah suatu proses dalam menangani perencanaan, pengorganisasian, mengomunikasikan serta

pengkoordinasian yang secara serius dan rasional dalam upaya pencapaian tujuan bersama dari organisasi atau lembaga yang diwakilinya. Oleh sebab itu, kegiatan Humas di lembaga pemerintah tidak terlepas dari manajemen, dan begitu juga manajemen tidak mungkin berjalan sebagaimana yang diharapkan tanpa adanya Humas.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, peneliti menyimpulkan manajemen Humas adalah suatu komunikasi dua arah antara suatu lembaga dengan masyarakat untuk melakukan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan serta evaluasi dalam usaha pencapaian tujuan organisasi. Selain itu, manajemen Humas berarti penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan pengevaluasian suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi.

b. Fungsi Hubungan Masyarakat (Humas)

Dalam menjalankan fungsinya sebagai komunikator dan mediator maupun organisator dalam suatu instansi, menurut Cutlip & Centre, and Canfield (dalam Ruslan, 2012:19) dapat dirumuskan fungsi Humas sebagai berikut:

1. Menunjang aktifitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen organisasi).
2. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik yang merupakan khalayak sasaran.
3. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi masyarakat terhadap organisasi yang diwakili.
4. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbangan berupa saran kepada pimpinan demi mencapai tujuan dan manfaat bersama.

5. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan organisasi kepada publik.

Dapat disimpulkan bahwa fungsi Humas dalam melaksanakan aktivitas utamanya adalah berperan sebagai komunikator dan fungsi manajemen yang mengomunikasikan antara publik dan organisasi yang diwakilinya, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak maupun media elektronik dan lisan maupun tatap muka.

c. Peran Hubungan Masyarakat (Humas)

Ruslan (2012) menjelaskan bahwa peranan Humas dalam suatu organisasi dibagi menjadi empat kategori, yaitu sebagai berikut:

1. *Expert Prescriber* (Penasihat Ahli)

Seorang praktisi Humas yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya. Artinya seorang praktisi Humas dapat menghadapi berbagai persoalan dan memecahkan masalah di lembaga bersangkutan.

2. *Communication Fasilitator*

Dalam hal ini, praktisi Humas bertindak sebagai fasilitator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Selain itu seorang fasilitator komunikasi mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya, sehingga dapat terciptanya komunikasi dua arah yang saling percaya, pengertian dan menghargai antara kedua pihak.

3. *Problem Solving Process Facilitator*

Peranan Humas dalam proses pemecahan masalah, merupakan bagian tim manajemen untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat hingga mengambil tindakan eksekusi dalam mengatasi berbagai persoalan yang sedang dihadapi.

4. *Communication Technician*

Peranan komunikasi teknisi, menuntut kepada kemampuan yang tinggi kepada seorang Humas, seperti menulis berita, mengedit majalah intansi dan pengembangan konten *website*.

d. Proses Manajemen Hubungan Masyarakat

Dalam buku *Effective Public Relations*, berikut ini adalah penjelasan mengenai teori empat langkah proses *public relations*, Cutlip, Center, dan Broom (2006) :

1. Mendefinisikan masalah atau peluang (*Defining the problem*)

Tahap pertama Humas adalah menyusun semua fakta melalui riset sehingga langkah itu dapat dijelaskan dan dijustifikasi. Dalam konteks ini, riset adalah pengumpulan informasi secara sistematis untuk mendeskripsikan dan memahami situasi dan untuk mengecek asumsi publik dan konsekuensi Humas (Cutlip, 2006). Hidayat, Kuswarno, & Zubair (2017), menyebutkan bahwa aktivitas *public relations* dalam suatu pendekatan membutuhkan tahapan yang jelas dari persiapan pengumpulan data tentang latar belakang program dengan analisis situasi hingga pada evaluasi.

Menurut Ronald. D Smith. Dalam Smith (2005) dinyatakan dalam kegiatan perencanaan strategi PR (Humas), yakni menggunakan riset formatif yang meliputi analisis situasi merupakan proses pengumpulan data dan fakta yang dilakukan oleh suatu instansi untuk merumuskan permasalahan dan kebutuhan yang harus diantisipasi. analisis organisasi, analisis publik yang menjadi publik sasaran dari program kehumasana.

Riset dapat dilakukan dengan beberapa metode, baik itu metode riset formal dan informal, yang menjadi perbedaan keduanya terutama pada pemilihan sampel dan ukuran sampelnya. Riset informal misalnya kontak personal, informan kunci, kelompok fokus dan forum komunitas, metode riset formal misalnya analisis sekunder dan database online, analisis isi dan survei.

Kemudian Humas melakukan analisis situasi, yaitu sekumpulan hal-hal yang diketahui tentang situasi, seperti sejarahnya, kekuatan yang memengaruhinya dan mereka yang terlibat atau terpengaruh secara internal dan eksternal (Cutlip, 2006). Faktor internal berhubungan dengan kebijakan, prosedur, dan tindakan organisasi yang berhubungan dengan situasi masalah. Sedangkan faktor eksternal terkait dengan hal yang positif dan negatif berupa tinjauan sistematis atas sejarah situasi masalah di luar organisasi. Dalam hal ini Humas untuk melakukan analisis situasi dapat menggunakan analisis SWOT, *strength* berarti kekuatan dan *weakness* berarti kelemahan dalam hal ini dari aspek internal organisasi, kemudian *opportunity* berarti peluang dan *threat* berarti ancaman dalam lingkungan eksternal.

Hidayat & Hafiar (2019), menyebutkan bahwa perencanaan program *public relations* maupun program komunikasi diawali dengan melakukan identifikasi masalah dan verifikasi terhadap latar belakang kegiatan atau program. Langkah ini disebut sebagai tahapan *Insight*, yaitu upaya pengumpulan data atau melakukan analisis situasi. *Insight* bertujuan untuk memetakan publik sebagai sasaran dan mendefinisikan tujuan kegiatan (*objective*).

2. Perencanaan dan Pemrograman (*Planning and Programming*)

Setelah masalah atau peluang telah didefinisikan melalui riset dan analisis pada tahap sebelumnya, Humas harus menyusun sebuah strategi untuk mengatasi masalah atau memperbesar peluang tersebut. Tahap kedua yaitu perencanaan dan pemrograman, merupakan tahapan untuk membuat keputusan strategis mendasar tentang apa yang akan dilakukan, dan dengan langkah apa, dalam rangka mengantisipasi masalah atau peluang. Jika masalah yang dihadapi sudah jelas dan penyebab munculnya masalah sudah diketahui, maka tahapan selanjutnya adalah menentukan sasaran dan tujuan kegiatan kehumasan (Putra, 2008).

Tahapan kedua yaitu menentukan sasaran dan taktik, seorang praktisi Humas strategi mengacu kepada konsep, pendekatan, atau rencana umum untuk program yang didesain guna mencapai tujuan. Sedangkan taktik mengacu kepada kejadian yang terjadi sekarang, media yang akan digunakan, dan metode yang akan dipakai untuk mengimplementasikan strategi (Cutlip, 2006). Setelah menentukan sasaran dan taktik, tahap selanjutnya yaitu mengidentifikasi publik, jika sudah mengidentifikasi

publik maka selanjutnya adalah dengan melakukan segmentasi masing-masing publik ke dalam kelompok yang spesifik.

Menurut Koontz dan Weirich dalam (Solihin, 2012) perencanaan di definisikan sebagai suatu proses untuk mengembangkan tujuan-tujuan organisasi yang mencakup pada penetapan tujuan, mengembangkan berbagai kemungkinan mengenai lingkungan dimana berkaitan dengan tujuan yang ingin dicapai sebuah organisasi, menentukan tindakan yang tepat dalam mencapai tujuan organisasi, merumuskan berbagai aktivitas yang diperlukan untuk menerjemahkan rencana menjadi sebuah tindakan nyata serta melakukan pengulangan tahapan diatas untuk mengoreksi dan mengetahui berbagai kekurangan.

Menurut Hidayat & Hafiar (2019), setelah melakukan *insight* sebagai tindakan awal dalam perencanaan program, tahapan berikutnya yaitu *program strategic*, yaitu perencanaan untuk menentukan *program platform* meliputi tema program, jenis, bentuk, *message platform*, *media* dan anggaran. *Program platform* artinya *public relations* harus membuat dan menetapkan konsep program yang mengacu pada hasil analisis SWOT pada tahapan *insight* atau analisis situasi publik. Sedangkan pada unsur *message platform*, *public relations* juga menentukan isi pesan utama yang ingin disampaikan di dalam program (Hidayat, Kuswarno, Zubair, et al., 2017)

3. Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi (*Taking Action and Communication*).

Tahap paling penting setelah merumuskan tujuan dan menentukan publik sasaran adalah mengimplementasikan program, yaitu dalam bentuk menjalankan program yang sudah dibentuk dan untuk mencapai tujuan-tujuan program yang sudah ditetapkan. Dalam mengimplementasikan strategi Humas, ada tujuh C yang perlu diperhatikan dalam komunikasi Humas (Cutlip, 2006), yaitu 1) *credibility* (kredibilitas), penerima informasi harus percaya kepada pengirim informasi dan menghomartti kompetensi sumber informasi terhadap topic informasi, 2) *context* (konteks), harus sesuai dengan kejadian saat ini dan bersifat menginformasikan, 3) *content* (isi) pesan harus mengandung makna bagi penerima pesan, dan harus sesuai dengan sistem nilai penerimanya, 4) *clarity* (kejelasan), pesan harus diberikan dalam istilah sederhana agar apa yang disampaikan pemberi pesan sama dengan apa yang dipahami oleh penerima pesan, 5) *continuity and consistency* (kontinuitas dan konsistensi), komunikasi merupakan proses tanpa akhir yang memerlukan repetisi dengan variasi, yang berperan untuk pembelajaran dan persusasi, 6) *channel* (saluran) yang digunakan sebaiknya yang dihormati dan dipakai oleh si penerima, 7) *capability of the audience*, komunikasi harus mempertimbangkan kemampuan audiens dan tidak banyak membebani penerima untuk memahaminya.

Tahap selanjutnya yaitu menyusun anggaran. Anggaran dalam setiap instansi bervariasi, tergantung pada program yang akan dilaksanakan. Setelah itu mengelola sumber daya waktu yang akan digunakan untuk menjalankan kegiatan Humas. Dalam pengelolaan waktu pada dasarnya adalah pengelolaan waktu yang dimiliki orang-orang yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan Humas.

Menurut Hidayat & Hafiar (2019) setelah merancang program *public relations* maupun komunikasi yaitu memastikan bahwa kegiatan berjalan sesuai dengan ketentuan, termasuk pada tahapan *program implementation*. Proses dan kontrol senantiasa diperhatikan selama kegiatan berlangsung meliputi cara berkomunikasi, bahasa yang digunakan, nada penyampaian, gaya komunikasi dan norma serta nilai-nilai atau ketentuan dalam berperilaku.

4. Mengevaluasi Program (*Evaluating the program*)

Tahap akhir dalam proses ini meliputi penilaian terhadap persiapan, implementasi, dan hasil program. Setelah suatu program di evaluasi maka akan menjadi pertimbangan apakah program tersebut dilanjutkan apa tidak. Putra (2008) menjelaskan evaluasi program kehumasan menjadi dua, yaitu evaluasi secara proses dan evaluasi hasil. Evaluasi proses berkaitan dengan usaha-usaha untuk mengetahui apakah program-program kehumasan yang telah dijalankan telah di jalankan dengan baik dan efektif. Sedangkan evaluasi hasil untuk mengetahui dampak atau hasil dari program Humas yang telah dijalankan. Dengan kata lain evaluasi hasil berkaitan dengan apakah tujuan yang telah ditetapkan telah tercapai atau tidak.

Menurut Hidayat & Hafiar (2019), Tahapan terakhir yang merupakan bagian dari pelaksanaan kegiatan yaitu melakukan kontrol pelaksanaan kegiatan dan evaluasi. Tahapan ini bertujuan untuk menjangring pendapat dan penilaian publik terhadap pelaksanaan kegiatan (*Action and Reputation*). Diharapkan program mampu menarik perhatian, kepercayaan dan dukungan

publik sehingga dapat membangun citra dan reputasi positif institusi, lembaga, organisasi dan perusahaan.

2. Humas Dalam Lembaga Pemerintah

Humas di lembaga pemerintah bertugas memberikan informasi dan penjelasan kepada publik atau masyarakat mengenai kebijakan dan langkah-langkah yang diambil oleh pemerintah, serta membina hubungan yang harmonis antara instansi atau lembaga dengan publik atau masyarakat tentang apa yang dikerjakan oleh pemerintah dimana Humas ini berada dan berfungsi.

Fungsi dan tugas Humas di lembaga pemerintah menekankan pada bentuk *public service* atau *public utilities* demi kepentingan pelayanan umum (masyarakat), Ruslan (2012). Berlandaskan pada *public service* atau *public utilities* demi kepentingan pelayanan umum (masyarakat), Humas pemerintah mempunyai fungsi pokok Ruslan, (2012:) :

1. Mengamankan kebijaksanaan dan program kerja pemerintah yang diwakilinya.
2. Memberi pelayanan, menyebarkan pesan-pesan informasi mengenai kebijaksanaan hingga mampu mensosialisasikan.
3. Menjadi komunikator sekaligus mediator yang proaktif dalam upaya menjembatani kepentingan instansi pemerintah dan masyarakat.
4. Berperan serta secara aktif dalam menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis demi mengamankan stabilitas dan program pembangunan baik jangka panjang maupun jangka pendek.

3. Konsep Publik

Dalam perspektif komunikasi publik merupakan sejumlah manusia yang diikat oleh suatu rangsangan tertentu. “Publik” yang memiliki pengertian “masyarakat”, tetapi penggunaan istilah publik tetap dipertahankan untuk memudahkan dalam membedakan dengan istilah masa dan crowd (kerumunan) meskipun perbedaan itu sangat tipis sekali.

Oleh karena itu, dalam publik ada beberapa keistimewaan; 1) punya tujuan tertentu atau maksud tertentu, 2) integrasi mereka menyerupai sejenis organisasi primer dimana terdapat keteraturan waktu dan tingkah laku. Mereka menduduki dan meninggalkan tempat duduk pada waktu tertentu, dan 3) (anggota publik) memainkan peran tertentu seperti sebagai pembaca.

Publik adalah kelompok atau orang yang berkomunikasi dengan suatu organisasi baik secara internal maupun eksternal Jefkins. (2003). Sedangkan menurut Kriyantono (2012) publik adalah sekelompok orang dalam masyarakat yang tidak harus dalam suatu wilayah geografis yang sama namun memiliki kepentingan atau perhatian yang sama terhadap suatu hal

Dengan demikian, publik dalam hal ini bisa diartikan:

- a. Sekelompok individu yang tidak terorganisasi.
- b. Kelompok itu tidak berkumpul di satu tempat, tetapi menyebar, bukan suatu kesatuan.
- c. Mempunyai *interest* yang sama terhadap suatu persoalan.
- d. Melakukan kontak satu dengan yang lainnya, biasanya tidak langsung.
- e. Ada stimulasi yang memungkinkan terciptanya publik
- f. Biasanya tidak saling kenal satu sama lain.

F. Metode Penelitian

Pada subbab ini akan menjelaskan tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian tersebut, yakni :

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini akan menggunakan metode penelitian deskriptif dengan metode kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif adalah upaya untuk mencari pemecahan masalah dengan menggambarkan peristiwa-peristiwa berdasarkan fakta dan bukti yang ada. Menurut (Sudjarwo, 2001) Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan dan tingkah laku yang dapat dinikmati dari individu, kelompok masyarakat, organisasi tertentu dalam suatu konteks *setting* tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh. Penelitian ini bertujuan untuk membuat deskriptif secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta atau sifat-sifat objek tertentu (Krisyantono, 2007).

2. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil lokasi di bagian Hubungan Masyarakat Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta, Jalan Malioboro No. 16, Suryatmajan, Kota Yogyakarta.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pada subbab ini akan menjelaskan tentang teknik pengumpulan data metode yang akan digunakan dalam penelitian tersebut, yakni data primer yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara dan data sekunder yang merupakan data pelengkap (Abdurahman, 2003)

a. Wawancara

Wawancara yaitu suatu kegiatan yang dilakukan oleh peneliti dengan objek penelitian dengan cara komunikasi *face to face* dengan pihak yang bersangkutan. Metode wawancara adalah sebuah proses tanya jawab secara lisan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, yaitu kontak langsung antara pencari informasi dan sumber informasi (Moleong, 2002). Wawancara dilakukan dengan Humas Pemerintah Daerah Yogyakarta. Kemudian semua data yang diperoleh dari hasil wawancara dikumpulkan, dirangkum, dan dianalisis yang kemudian menjadi sebuah deskripsi tentang hasil dari penelitian.

b. Dokumentasi

Pengumpulan data yang diambil dari berbagai informasi tertulis yang relevan dengan topik dari peneliti yang dilakukan, seperti surat, agenda, dokumen-dokumen administratif, dan artikel. Di dalam penelitian ini, data-data yang ditemukan dipilah menjadi tiga kategori yaitu: data primer (data-data instansi), data sekunder (data pribadi sebagai peneliti), dan data tersier (data-data penunjang).

4. Informan Penelitian

Pada subbab ini akan menjelaskan tentang informan penelitian yang akan menjadi rujukan informasi dalam penelitian tersebut. Menurut Moleong, (2005) informan harus memiliki beberapa kriteria yang harus dipertimbangkan, yaitu:

- a. Informan yang intensif menyatu dengan suatu kegiatan atau medan aktivitas yang menjadi sasaran atau perhatian penelitian dan ini biasanya ditandai oleh kemampuan memberikan informasi diluar kepala tentang sesuatu yang ditanyakan

- b. Informan masih terikat secara penuh serta aktif pada lingkungan dan kegiatan yang menjadi sasaran penelitian.
- c. Informan mempunyai cukup banyak waktu dan kesempatan untuk dimintai informasi.
- d. Informan yang dalam memberikan informan tidak cenderung diolah atau dikemas terlebih dahulu dan mereka relatif masih lugu dalam memberikan informasi.

Berdasarkan kriteria informan di atas, peneliti menentukan informan yang memenuhi kriteria tersebut. Informan yang peneliti tentukan merupakan orang-orang yang berkompeten dalam memberikan informasi mengenai objek penelitian sesuai dengan tujuan peneliti. Kriteria informan yang dipilih diperoleh melalui proses wawancara yaitu :

- a. Ditya Nanaryo Aji, S.H., M.Ec.Dev.

Selaku pimpinan tertinggi di bagian Humas, dan memiliki wewenang dalam menyetujui setiap keputusan yang dibuat, mulai dari perencanaan dalam manajemen Humas sampai dengan tahapan evaluasi.

- b. Dr. Wahyu Riawanti, S.Pt., M.P

Selaku informan yang mengetahui setiap aspek pengimplementasian dari program-program kehumasan subbidang Publikasi, Dokumentasi, dan Media Massa (PDM) di Pemda DIY.

- c. Anang Fitrianto Sapto Nugroho, S.Sos

Selaku informan yang mengetahui setiap aspek pengimplementasian dari program-program kehumasan subbidang Penyiapan Informasi Kebijakan (PIK) di Pemda DIY

- d. Rajiv Dri Angga, S.IP

Peneliti dari IRE (Institute for Research and Empowerment) yang merupakan lembaga NGO (Non Government Organization) yang bergerak di bidang politik, pemerintahan dan masyarakat sosial serta terlibat dalam pembangunan di DIY.

5. Sumber Data

Pada subbab ini akan menjelaskan tentang sumber data yang akan digunakan dalam penelitian tersebut.

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh dari sumber data pertama dari tangan pertama di lapangan yang bersangkutan dengan penelitian. Sumber data berupa kata-kata dan tindakan orang yang diamati atau diwawancarai. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui informan dalam wawancara mendalam (Moleong, 2011). Data primer diperoleh langsung dari hasil wawancara dengan kepala bidang Humas dan kepala subbagian publikasi, dokumentasi dan media massa di Bidang Humas Pemda DIY.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari sumber kedua atau sekunder, yang berfungsi untuk melengkapi dan membantu peneliti apabila data primer terbatas atau tidak mudah diperoleh. Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari sumber tertulis berupa buku, sumber dari arsip, dokumen resmi, dan dokumen pribadi, Moleong, (2011). Dalam penelitian ini, data sekunder dapat diperoleh dari sumber-sumber bacaan yang ada di Humas Pemda DIY, seperti

RPJMD DIY 2017-2022 (Rancangan Pembangunan Jangka Menengah Daerah) dan Peraturan Gubernur DIY Nomor 53 Tahun 2019 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi, dan Tata Kerja Sekretariat Daerah.

6. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, faktual dan akurat dalam proses manajemen hubungan masyarakat Pemerintah DIY dalam mendukung terwujudnya *good governance*.

Menurut Sugiyono (2012) analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Sugiyono, (2011) mengemukakan terdapat 3 langkah dalam analisis data, yaitu reduksi data, display data, dan verifikasi data.

1. Reduksi data

Menurut Sugiyono (2012) mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Sehingga data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang

lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

2. Display data

Setelah data di reduksi, maka langkah selanjutnya dalam analisis data ini adalah display data atau penyajian data. Sugiono (2012) menyatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan yang telah dipahami tersebut.

3. Verifikasi data

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan. Apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

7. Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian kualitatif merupakan salah satu bagian yang sangat penting untuk mengetahui derajat kepercayaan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi dalam pengumpulan data, maka data yang diperoleh akan lebih konsisten sehingga menjadi suatu data yang

valid dan bisa dipertanggung jawabkan. Menurut Moleong (2008) agar hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan maka diperlukan pengecekan data apakah data yang disajikan valid atau tidak, maka diperlukan teknik keabsahan/kevalidan data. Untuk memeriksa keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi.

Menurut Sugiyono (2013) triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan data dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Misalnya, triangulasi sumber pada penelitian tersebut adalah membandingkan hasil wawancara dari beberapa informan.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan ini disusun untuk mempermudah dalam melakukan penyajian dari hasil analisis data dan menjabarkan proses analisis pada saat melakukan penelitian. Penelitian ini akan disusun secara sistematis yang terdiri dari empat bab yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada Bab I berisi tentang penjelasan terkait latar belakang masalah mengenai Manajemen Hubungan Masyarakat Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Mendukung Terwujudnya *Good Governance*. Dalam bab I juga berisikan rumusan masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian, dan kerangka teori. Bab ini disajikan guna menjadi pendahuluan dan pengantar dari pembahasan penelitian.

BAB II : GAMBARAN UMUM MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT PEMERINTAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA DALAM MENDUKUNG TERWUJUDNYA *GOOD GOVERNANCE*

Pada Bab II akan dijabarkan mengenai gambaran umum Manajemen Hubungan Masyarakat Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Mendukung Terwujudnya *Good Governance*. Bab ini disajikan bertujuan untuk memberikan informasi pendukung dalam objek penelitian seputar informasi sejarah instansi, profil instansi, visi dan misi, tugas, fungsi, struktur organisasi, *jobdesk*, logo, dan informs lainnya.

BAB III : SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

Pada Bab III akan dijelaskan mengenai penyajian data dan hasil analisis dari peneliti yang telah dikaji dengan metode yang telah diuraikan sebelumnya tentang Manajemen Hubungan Masyarakat Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Mendukung Terwujudnya *Good Governance*.

BAB IV : PENUTUP

Pada Bab IV berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan saran untuk objek yang telah diteliti serta pihak-pihak yang terlibat dalam proses penelitian, serta bagi para peneliti di masa yang akan datang dengan menggunakan metode yang sama.