

STRATEGI HUMAS PEMERINTAH KOTA YOGYAKARTA
Studi Deskriptif Strategi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam Upaya
Mempromosikan Pasar *Klithikan* Pakuncen Yogyakarta

PUBLIC RELATIONS STRATEGY OF GOVERNMENT AT
YOGYAKARTA CITY
Deskriptive Study Public Relations Strategy of Governement at Yogyakarta
City in Effort to Promote *Klithikan* Market Pakuncen in Yogyakarta

SKRIPSI

Disusun Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana S-1



Disusun oleh:
DEWI KURNIASARI
(20040530032)

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2008

SKRIPSI

Telah Dipertahankan dan Disahkan Di Depan Tim Penguji
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada:

Hari/ Tanggal : Selasa, 10 Juni 2008

Tempat : Ruang Negosiasi Jurusan Ilmu Komunikasi UMY

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua Penguji

Suciati, S.Sos., M.Si

Penguji I

Penguji II

Aswad Ishak, S.IP

Muria Endah S., S.IP., M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana (S-1)

Fajar Iqbal, S.Sos, M.Si

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

HALAMAN MOTTO

- Yakínlah bahwa kamu bisa! Karena keyakinan akan membawa kita dalam puncak keberhasilan.....
- Usaha, doa dan percaya adalah kunci kesuksesan.....
- Senyumlah.....karena senyum akan membawa kita dalam kedamaian, kenyamanan dan kebahagiaan.....
- Putus asa hanya akan membuahkan kegagalan.....
- Siapa yang berbuat, maka ia sendiri yang akan menuai hasilnya.....
- Ikhlas.....ikhlas.....dan ikhlas.....

HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Penyayang.....tiada kata lain kecuali terimakasih dan Alhamdulillah, karena berkat ridhlo Engkau jualah aq dapatkan semua ini.....
2. Buat Ibu dan Bapak tercinta, Ibu Sumaryati dan Bapak Bambang Susantyo, BA. Terimakasih buat curahan kasih sayangnya, doa tulus yang tiada henti, dan segalanya. Sabar ya...dewi pasti dapat membahagiakan kalian.....
3. Buat kakakqu Fitrianingrum dan kakak iparqu Mz Edi, semoga sukses jualan dagingnya, ayo buka franchise donk he3... makasih buat support dan bantuannya. Kapan nambah dedek lg?he2
4. Buat kakakqu Riyadi Ismail dan kakak iparqu Mb Heni, semoga dapet momongan yang sholeh/ sholeha, Amien3. Mz ry, selamat berjuang ya, ayo!sukses pasti datang.....
5. Keponakanqu Dzaky Ciprut he2, makasih udah bikin hidup tante cantikmu ne penuh warna he3, jgn nakal ya....
6. Buat Mz Rory, makasih buat semuanya, udah setia nemenin adek, buat kesabarannya, saran2nya, g'Luck y,dan moga aja ap yg mjdi tujuan qt b'dua tercapai. Amien2.....
7. Buat Bpk/ Ibu Drs. H Ircham Muhammad, mb Risty, mz Danang, dek Sari & de2k Bilqis, terimakasih atas dukungan dan doanya, makasih atas penerimaan yang baik ini.....
8. Buat Nita, tetep b'juang ya.....buat Lia, ayo gek lu2s he2, buat Rini, makasih bgt y bwt SMS waktu itu.....
9. Buat temen2 seperjuangan, anak2 IK'04 Anik, Intan, Agus, Kiki, Mita, dll ayo teruskan perjuangan kalian!!he2

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr, wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Strategi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta, Studi Deskriptif Strategi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam Upaya Mempromosikan Pasar *Klithikan* Pakuncen Yogyakarta”**. Sholawat dan salam semoga tetap berlimpah kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW, yang selalu kita nantikan syafaatnya di hari akhir.

Banyak tahap yang harus dilalui, banyak pikiran dicurahkan dalam penulisan skripsi ini. Penulis menyadari terselesaikannya penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. HM. Dasron Hamid, M.Sc. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Tulus Warsito selaku Dekan Fisipol UMY
3. Bapak Fajar Iqbal, S.Sos, M.Si selaku Kepala Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Suciati, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing Utama penulisan skripsi ini, yang dengan sabar telah berkenan membantu mencurahkan pikiran, tenaga

dan waktu untuk memberi nasehat, saran serta petunjuk yang sangat berguna dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

5. Bapak Aswad Ishak, S.IP dan Ibu Muria Endah S., S.IP, M.Si. selaku Dosen Penguji Skripsi.
6. Pak Jono yang sabar dan selalu memberikan informasi, makasih bgt ya Pak.
7. Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Komunikasi serta karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMY.
8. Ibu Efi Wahyujati, Kepala Bidang Pelayanan Informasi dan Kehumasan BID Kota Yogyakarta.
9. Bapak Benedik Cahyo, Kepala Sie Pemasaran Disperindagkop Yogyakarta.
10. Bapak/ Ibu kutercinta makasih atas doa tulusnya.
11. Mz Rory, makasih udah setia mendampingi adek, makasih buat doa dan semangat yang udah diberikan.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis mengakui bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya.

Wassalamu'alaikum wr, wb.

Yogyakarta, Juni 2008

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
I. PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. RUMUSAN MASALAH	8
C. TUJUAN PENELITIAN	9
D. MANFAAT PENELITIAN	9
E. KERANGKA TEORI	10
1. Definisi Humas	10
2. Fungsi Humas	12
3. Peran Humas	14
4. Strategi Humas	16
5. <i>Marketing Public Relations</i>	28

F. METOLOGI PENELITIAN	32
1. Metode Penelitian	32
2. Jenis Penelitian	32
3. Lokasi Penelitian	33
4. Sumber Data	34
5. Teknik Pengumpulan Data	35
6. Teknik Pengambilan Informan	36
7. Teknik Analisis Data	38
8. Uji Validitas Data	40

II. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Badan Informasi Daerah Kota Yogyakarta	44
1. Latar Belakang dan Sejarah Terbentuknya Badan Informasi Daerah Kota Yogyakarta	44
2. Visi dan Misi	47
3. Struktur Organisasi	49
4. Kedudukan, Tugas dan Fungsi	51
5. Mitra Kerja	52
B. Pasar <i>Klithikan</i> Pakuncen	53
1. Latar Belakang dan Sejarah Terbentuknya Pasar <i>Klithikan</i> Pakuncen	53
2. Keadaan Fisik Pasar <i>Klithikan</i> Pakuncen	56
3. Struktur Organisasi	57

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. SAJIAN DATA	62
1. Strategi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta	62
a. Analisis Situasi	63
b. Perencanaan Program	65
c. Pelaksanaan/ Implementasi	66
d. Evaluasi Program	99
2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat dalam Pelaksanaan Strategi Humas	103
a. Faktor Penghambat	103
b. Faktor Pendukung	105
B. PEMBAHASAN	108
1. Analisis Strategi Humas Pemkot Yogyakarta	108
a. Pernyataan Problem	110
b. Perencanaan dan Pemrograman	111
c. Melakukan Tindakan dan Berkomunikasi	112
d. Melakukan Evaluasi	114

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN	122
B. SARAN	123

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Komponen dalam Strategi Humas	18
Tabel 1.2 Proses Transfer <i>Public Relations</i>	19
Tabel 1.3 Proses Perencanaan Stategi Humas	22
Tabel 3.1 <i>Press release</i> yang dilakukan oleh Humas Pemkot Yogyakarta	80
Tabel 3.2 Jumpa pers di Badan Informasi Daerah Kota Yogyakarta ...	82
Tabel 3.3 Kegiatan peliputan acara dan pendokumentasian seputar Pasar <i>Klithikan</i> Pakuncen	84
Tabel 3.4 Kliping dari Media Cetak	86
Tabel 3.5 Kerjasama dengan media elektronik	90
Tabel 3.6 Kerjasama dengan media cetak	90
Tabel 3.7 Kegiatan Penarikan Undian Berhadiah Pasar <i>Klithikan</i> Pakuncen	97
Tabel 3.8 Kegiatan Penguatan <i>Teamwork</i> Di Badan Informasi Daerah Kota Yogyakarta	98

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Bagan Struktur Organisasi BID Kota Yogyakarta	50
Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta	59
Gambar 3.1 Papan Petunjuk Arah	73
Gambar 3.2 Papan Informasi	74
Gambar 3.3 Pemotongan Tumpeng oleh Walikota Yogyakarta pada Acara Doa bersama 10 November 2007 di Pasar <i>Klithikan</i> Pakuncen	94
Gambar 3.4 Mbukak Lawang ditandai dengan pemotongan pita oleh H. Ahmad Fadli Kepala Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta	95
Gambar 3.5 Suasana <i>Grand Opening</i> Pasar <i>Klithikan</i> Pakuncen	96

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Komunikasi
Konsentrasi *Public Relations*
Dewi Kurniasari
Strategi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam Upaya Mempromosikan
Pasar *Klithikan* Pakuncen
Tahun Skripsi : 2008. xiii + 124 hal + 11 tabel + 7 gambar + 27 hal lampiran
Daftar keustakaan : 27 buku + 8 sumber surat kabar + 1 sumber online + 5 hal
transkrip wawancara

Studi ini berusaha mendeskripsikan Strategi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam Upaya Mempromosikan Pasar *Klithikan* Pakuncen Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimanakah strategi humas yang dilakukan oleh Pemkot Yogyakarta dalam upaya mempromosikan Pasar *Klithikan* Pakuncen kepada pedagang *klithikan*, masyarakat sekitar, masyarakat umum dan wisatawan dan memahami faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan strategi. Kerangka teori dalam penelitian ini melihat strategi *Public Relations* sebagai proses untuk mempromosikan, menyampaikan dan menunjukkan tentang keadaan Pasar *Klithikan* Pakuncen. Target sasaran dalam pelaksanaan strategi PR ini adalah pedagang *klithikan*, masyarakat sekitar, masyarakat umum, dan wisatawan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian di Kantor Badan Informasi Daerah (BID) Kota Yogyakarta. Sumber data penelitian berasal dari informan dan studi dokumenter. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik pengambilan informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan. Uji validitas data menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Humas Pemkot Yogyakarta dalam pelaksanaan strategi humas menggunakan langkah-langkah yaitu analisis situasi (pernyataan problem) dengan analisis SWOT, perencanaan program, pelaksanaan/ implementasi dan melakukan evaluasi dalam upaya mempromosikan Pasar *Klithikan* Pakuncen. Strategi yang digunakan meliputi penggunaan media dalam promosi, meningkatkan kerjasama dengan berbagai pihak, adanya penyelenggaraan berbagai event dan penguatan untuk *teamwork*. Keberhasilan program dapat dilihat melalui peningkatan-peningkatan yang terjadi, seperti peningkatan jumlah pengunjung, peningkatan omset dan opini positif yang berkembang di masyarakat. Dalam pelaksanaannya Humas Pemkot Yogyakarta selain didukung oleh beberapa faktor pendukung juga menemui beberapa faktor penghambat.

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta
Social and Political Science Faculty
Departement of Communication Science
Public Relations Concentration

Dewi Kurniasari

Public Relations Strategy of Government at Yogyakarta City in Effort to Promote *Klithikan* Market Pakuncen in Yogyakarta

Thesis : 2008. xiii + 124 pages + 11 tables + 7 figures + 27 annexes

Literature reference : 27 books + 8 newspaper + 1 online source + 5 pages of interviewing transcript

This study tried to describe Public Relations Strategy of Government at Yogyakarta City in Effort to Promote *Klithikan* Market Pakuncen in Yogyakarta. Objective of the research was to understand how Public Relations strategy was done by local government of Yogyakarta to promote *Klithikan* Market Pakuncen for traders of *klithikan*, people around, common people, and tourist and to understand the supporting factor and restricting factor of strategy implementation. Theoretical framework of the research was to meet Public Relations strategy as a process to promote, deliver and indicate on condition of *Klithikan* Market Pakuncen. Target of this Public Relations strategy was traders of *klithikan*, people around, common people, and tourists. Research method used in the research was qualitative descriptive. Location of the research was at Badan Informasi Daerah (BID) of Yogyakarta City. Source of research data coming from informant and documentation study. Technique of gathering data used observation, depth interview and documentation. Technique of taking informant used purposive sampling technique. Technique of data analysis used data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusion. Validity test of data used triangulation source. Result of research indicated that Public Relations of local government at Yogyakarta in effort to implement Public Relations strategy used steps, namely: situation analysis (problem statement) with SWOT analysis, program planning, implementation and conducting evaluation to promote *Klithikan* Market Pakuncen. The strategy used to envelop media application to promotion, networking promote with all kinds of said, it was all kinds of event organization, and to strengthen for teamwork. Programs to be successful can meet to exceed of happened in increase, as increase of visit total, omzet increase, and positive opinion that to bloom in public. In implementation, Public Relations of local government at Yogyakarta, beside supported by some supporting factor also met some restricting factor.