

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Manusia sebagai makhluk sosial tidak terlepas dari tanggung jawab atas sesama. Selain itu juga manusia hidup di dunia berdampingan dengan lingkungan. Lingkungan menjadi penting karena dapat mendukung manusia dalam menjalankan aktivitas kehidupannya. Ciri masyarakat sosialis adalah hidup berkelompok dan menetap di suatu wilayah. Di Indonesia berbagai daerah sudah mempunyai tatanan sosialnya masing-masing serta memiliki tingkatan sendiri. Mulai dari Negara, Provinsi, Kabupaten, Kotamadya, Kecamatan, Kelurahan hingga tingkat RW dan RT.

Masing-masing tingkatan tersebut mempunyai kepengurusan yang berbeda. Lebih tinggi suatu tingkatan maka semakin tinggi pula tanggung jawab yang diembannya. Pembahasan dalam skripsi ini akan fokus terhadap suatu daerah di Jawa Tengah tepatnya Kecamatan Sidareja yang termasuk dalam Kabupaten Cilacap. Sideraja yang berjarak 60 kilometer dari pusat ibukota Kabupaten Cilacap, dan terletak di 109.01 BT dan 7.41 LS ini mempunyai seperangkat aturan dan aparat pemerintah daerah yang bertanggung jawab penuh terhadap keberlangsungan masyarakat di Sidareja

(<http://uniokecilpwkt.wordpress.com/mengenal-keuskupan-purwokerto/dekenat-selatan/paroki-sidareja/>, akses 30 November 2010).

Sidareja yang menjadi salah satu bagian dari kabupaten Cilacap ini pun selalu diikutsertakan dalam berbagai program dari pemerintah daerah. Aparat pemerintah daerah memiliki program-program yang dapat membawa kesejahteraan bagi masyarakatnya. Berbagai program mengenai penghijauan sampai pada pengelolaan tata kota sering dikaji dengan cermat. Hubungan antara Kecamatan Sidareja dan Kabupaten Cilacap semakin erat karena Kabupaten Cilacap juga melaksanakan fungsi pengendalian sehingga akan menghasilkan suatu tujuan bersama untuk kepentingan masyarakat Kabupaten Cilacap. Pertemuan formal dan informal pun sering terjadi antara aparat pemerintah daerah Kecamatan Sidareja dengan Kabupaten Cilacap (sumber: Arsip “Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan” 2009).

Pertemuan formal dan informal tersebut dapat menghasilkan suatu keputusan yang berguna bagi program pemerintahan kedua wilayah tersebut. Pengaruh Kabupaten Cilacap juga sangat besar mengingat pengendalian yang dilakukan oleh Kabupaten ini sehingga setiap ada urusan yang dianggap sangat penting, maka harus melalui persetujuan pemerintah daerah Kabupaten Cilacap. Letak kantor pusat pun berada di Cilacap sebagai tempat utama setiap rapat besar. Perkembangan yang ada setelah beberapa tahun yaitu menunjukkan adanya jalinan yang kuat di daerah Sidareja. Pemerintah daerah Kabupaten Cilacap menaruh kepercayaan terhadap pemerintah daerah

Kecamatan Sidareja untuk dapat melaksanakan program pemerintah yang bertujuan untuk kesejahteraan masyarakat Sidareja (sumber: Wawancara prasurvey dengan Humas“Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan”, 21 Oktober 2010).

Salah satu program pemerintah daerah yang dijalankan dengan rutin dan cermat yaitu pembahasan mengenai lingkungan kota. Lingkungan kota yang nyaman merupakan salah satu fasilitas umum yang dapat dinikmati oleh masyarakat Sidareja. Berbagai contoh lingkungan kota yang nyaman seperti sarana jalan raya yang memadai, hidupnya pohon-pohon di tengah kota, penerangan lampu-lampu jalan, berfungsinya fasilitas umum yang memadai, serta pengelolaan sampah dengan benar.

Tidak luput juga dari perhatian oleh pihak aparat pemerintah daerah ini mengenai isu lingkungan yang ada di Kecamatan Sidareja ini. Lingkungan Sidareja yang masih tergolong asri ini sempat menjadi perhatian sebagian masyarakat Sideraja menyangkut permasalahan Tempat Pembuangan Akhir. Sampah menjadi momok tersendiri bagi kehidupan sosial masyarakat karena sampah yang tidak tepat pembuangannya dan pengolahannya dapat menimbulkan permasalahan masyarakat di suatu daerah. Sampah yang dibiarkan berserakan di sembarang tempat dapat menjadi sarang kuman yang dapat menyebabkan penyakit pada manusia (sumber:Wawancara prasurvey dengan Kepala Unit Pelaksana Teknis Sidareja, 20 Oktober 2010).

Sampah merupakan material atau bahan sisa yang tidak diinginkan setelah berakhirnya suatu proses. Sampah yang berasal dari kegiatan manusia, dan mengandung bahan dan atau bekas kemasan suatu jenis bahan berbahaya dan/atau beracun disebut sampah bahan berbahaya beracun (B3). Jenis sampah ini walaupun dalam kuantitas atau konsentrasi yang sangat kecil akan tetapi mengandung bahan berbahaya beracun ini berdasarkan PP No.13 Tahun 1999 jo PP. 85 Tahun 1999 (sumber: Arsip “Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan” 2009).

Sama halnya dengan daerah lain, Kecamatan Sidarejapun mempunyai permasalahan yang sama mengenai sampah. Sampah yang berserakan di jalan sudah tidak menjadi masalah karena sudah ditangani dengan baik atau dengan kata lain dibersihkan oleh pihak yang berwenang. Akan tetapi bukan disitu letak permasalahannya, melainkan pada tempat pembuangan akhir dari sampah itu sendiri. Tempat pembuangan akhir masih dinilai merugikan masyarakat yang hidup dan bertempat tinggal di sekitar tempat pembuangan akhir tersebut. Sebagian masyarakat yang berlokasi di sekitar tempat pembuangan akhir tersebut merasa keberatan karena daerah tempat mereka bertempat tinggal berdekatan dengan tumpukan sampah dari Kecamatan Sidareja (sumber: Wawancara prasurvey dengan Kepala Unit Pelaksana Teknis Sidareja, 20 Oktober 2010).

Perlu ditekankan disini bahwa lokasi dari tempat pembuangan akhir tersebut sudah jauh dari permukiman padat penduduk yaitu tepatnya berlokasi

di pinggiran daerah Sidareja, lebih tepatnya daerah pelosok yang jarang penduduknya. Akan tetapi ternyata masih ada sebagian orang yang tinggal dekat dengan tempat pembuangan sampah akhir tersebut. Sejumlah orang ini sudah bermukim sejak lama sebelum tempat pembuangan akhir ini ada. Jarak antara tempat permukiman dengan tempat pembuangan akhir yaitu sekitar setengah kilometer. Padahal jika sesuai dengan SNI No.03-3241-1997 tentang tata cara pemilihan lokasi tempat pembuangan akhir, seharusnya tempat pembuangan akhir tersebut minimal berjarak satu kilometer dari perumahan terdekat, dan juga dengan air tanah (sumber: Arsip “Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan”, 2009). Walaupun begitu banyak ancaman yang muncul akibat adanya tempat pembuangan akhir tersebut terutama masalah pencemaran lingkungan yang akhirnya berakhir pada kesehatan warga sekitar.

Tentu saja, sangat manusiawi sebagian orang yang tinggal di dekat tempat pembuangan akhir sampah tersebut berpendapat demikian. Naluri manusia untuk membuat diri mereka nyaman mungkin dan juga terhindar dari resiko-resiko fatal yang berdampak pada kesehatan merupakan alasan yang tidak terbantahkan. Tumpukan sampah yang diangkut dari seluruh penjuru wilayah di Sidareja dijadikan satu di tempat pembuangan akhir tersebut. Sampah tersebut pun akan menghasilkan bau yang tidak sedap dan pandangan yang kurang indah. Aktivitas warga sekitar tempat pembuangan akhirpun akan terhambat dengan adanya tempat pembuangan akhir tersebut. Setiap hari warga sekitar tempat pembuangan tersebut harus merasakan

ketidaknyamanan saat beraktivitas karena bau yang ditimbulkan oleh tumpukan sampah tersebut.

Selain itu sampah tersebut dinilai oleh warga sekitar dapat mencemari lingkungan sekitar daerah tempat pembuangan akhir. Tidak terelakkan lagi tumpukan sampah tersebut dapat membuat berbagai masalah kesehatan bagi warga yang tinggal di sekitar tempat pembuangan akhir tersebut. Berbagai ancaman seperti penyakit disentri, gangguan pernapasan, demam berdarah dan malaria akan terus menghantui para warga tersebut. Menurut penuturan ketua RT di tempat pembuangan akhir tersebut warganya pernah terkena disentri yang dikarenakan oleh adanya sampah-sampah tersebut. Oleh sebab itu diperlukannya suatu upaya dari pihak berwenang untuk menjelaskan keadaan serta memberikan solusi atas permasalahan yang ada. Pihak berwenang tersebut adalah Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan (Sumber: wawancara prasurvey dengan Ketua RT Wilayah Tempat Pembuangan Akhir, 20 Oktober 2010).

Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan merupakan instansi pemerintah daerah yang bertugas untuk mengawasi, menindaklanjuti, serta menciptakan keselarasan, kenyamanan, dan keindahan kota. Di Cilacap sendiri terdapat beberapa Unit Pelaksana Teknis (UPT) di setiap daerah Kecamatan seperti di Majenang, Jeruklegi, dan Sidareja. Dinas bertanggung jawab untuk dapat selalu menciptakan dan merawat kenyamanan di setiap tempat, untuk dapat menunjang hal tersebut dinas juga dituntut untuk dapat

selalu menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar (sumber:Wawancara prasurvey dengan Humas“Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan”, 21 Oktober 2010).

Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan Sidareja, menjalankan beberapa tugas diantaranya mengurus perijinan pendirian bangunan, mengurus persampahan kota, dan memfasilitasi lampu-lampu penerangan jalan. Dalam menjalankan semua tugas ini, dinas selalu berusaha membuat kota Sidareja selalu terlihat indah dan nyaman bagi masyarakatnya. Tugas dari dinas dalam penanganan masalah tempat pembuangan akhir dapat disederhanakan yaitu menyampaikan nilai-nilai kepercayaan kepada masyarakat sekitar tempat pembuangan akhir dan memungkinkan adanya kompensasi kepada warga sekitar tempat pembuangan akhir tersebut. Karena dinas ini bertanggung jawab terhadap kebersihan dan taman kota maka penyampaian informasi serta sosialisasi terhadap masyarakat harus mutlak dilakukan. Penanaman nilai-nilai kesadaran menjadi prioritas dalam pelaksanaan tanggung jawab sebagai aparatur pemerintah daerah (sumber:Arsip “Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan” 2009).

Tempat Pembuangan Akhir Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan yang berada di Desa Kunci, dibuat pada tahun 1995 dengan luas tanah sekitar 1,5 hektar, berada di daerah Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap – Jawa Tengah, merupakan tempat terakhir untuk sampah-sampah kota dibuang. Tempat pembuangan akhir Sidareja terletak di tengah

masyarakat atau komunitas yang sebagian besar sebagai petani sawah maupun petani kebun dengan tingkat perekonomian yang masih rendah. Tempat pembuangan akhir ini merupakan salah satu tempat yang rentan akan dampak negatif terhadap masyarakat sekitar (sumber: Wawancara prasurvei dengan Humas “Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan” 21 Oktober 2010).

Setiap organisasi atau perusahaan yang didirikan pastilah akan muncul pula masalah-masalah yang mengikutinya. Tidak berbeda dengan tempat pembuangan akhir ini, pada awal tempat pembuangan sampah tersebut dibangun mungkin tidak atau belum muncul permasalahan, karena tempat pembuangan sampah ini sudah berada dipinggiran kota Sidareja. Tetapi lambat laun munculah masalah-masalah seperti adanya limbah dari tumpukan sampah yang kian hari kian meninggi. Komplain dari warga yang tinggal di sekitar tempat pembuangan akhirpun mulai bermunculan.

Masalah ini muncul pada tahun 2005, masyarakat mulai merasakan dampak negatif dari adanya tempat pembuangan akhir yang dibuat oleh Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan. Sebagian besar warga yang tinggal di sekitar tempat pembuangan akhir memiliki tingkat perekonomian dan pendidikan yang rendah. Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan harus dapat membuat program *community relations* untuk menjelaskan dan memberikan solusi mengenai keadaan yang ada yang sesuai dengan kondisi masyarakat tersebut. Kemudian dengan adanya program *community relations* ini diharapkan mampu menunjukkan adanya itikad baik dan kepedulian dari

pihak Dinas kepada warga sekitar tempat pembuangan akhir, sehingga pada akhirnya dapat tercipta hubungan yang baik diantara kedua pihak sumber: Wawancara prasurvey dengan Humas "Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan", 21 Oktober 2010).

Terkait dengan strategi humas, maka humas suatu instansi memiliki tugas dalam melaksanakan komunikasi yang bersifat persuasif dan informatif baik dalam internal maupun eksternal instansi tersebut. Strategi humas ini direncanakan tidak hanya pada saat masalah tersebut muncul, melainkan untuk jangka panjang dan untuk keberlangsungan instansinya tersebut. Hal ini dilaksanakan untuk memberikan pengertian kepada publiknya, serta agar dapat menciptakan komunikasi yang harmonis yang kemudian akan menumbuhkan kepercayaan dan citra baik bagi instansi.

Komunikasi eksternal terlebih untuk komunikasi dengan masyarakat sekitar sangat diperlukan agar selalu dapat terjalin hubungan yang baik antara kedua belah pihak, karena setiap instansi termasuk tempat pembuangan akhir ini berada ditengah-tengah masyarakat atau suatu komunitas. Sebagai seorang humas yang profesional dari sebuah instansi haruslah selalu mengetahui isu-isu sosial yang beredar maupun berkembang diluar baik yang berupa keluhan maupun masukan, baik negatif maupun positif.

Melihat kondisi sosial warga sekitar tempat pembuangan akhir yang masih menunjang tinggi rasa kebersamaan dan kegotong royongan yang cukup kuat, dan selain itu juga melihat pada segi perekonomian dan

pendidikan warga yang tergolong masih sangat rendah. Maka Dinas membuat program *community relations* yang sesuai dengan kondisi warga tersebut. Humas Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan merumuskan 3 strategi sebagai berikut: pertama, selalu mengikutsertakan warga sekitar tempat pembuangan akhir dalam pengadaan normalisasi lahan setiap satu tahun sekali. Kedua, memberikan lahan garapan kepada warga sekitar untuk mereka olah. Ketiga, warga sekitar diperbolehkan untuk memulung sampah-sampah yang kiranya masih dapat didaur ulang sehingga dapat memberikan penghasilan tambahan bagi warga (sumber:Wawancara prasurvey dengan Humas “Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan”, 21 Oktober 2010).

Selain itu pada akhirnya akan muncul keasadaran masyarakat terhadap nilai-nilai yang disampaikan oleh seorang humas sehingga adanya solusi untuk setiap permasalahan yang ada. Berdasarkan penjelasan di atas peneliti ingin melakukan penelitian mengenai Strategi Humas Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan dalam menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar tempat pembuangan akhir di wilayah Sidareja Kabupaten Cilacap.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Dari penjelasan latar belakang di atas, peneliti merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut. “Bagaimana strategi humas Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan dalam menjalin hubungan baik dengan

masyarakat sekitar tempat pembuangan akhir di wilayah Sidareja Kabupaten Cilacap pada tahun 2010 ?”

### **C. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan adalah salah satu faktor penting dalam melaksanakan sebuah pekerjaan yang dibuat sebelum mengerjakannya, demikian pula dengan penulisan ini. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi humas Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan dalam menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar tempat pembuangan akhir.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dari strategi Humas Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan.

### **D. MANFAAT PENELITIAN**

Manfaat dari hasil penelitian ini dapat dirumuskan menjadi sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Dari hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada kajian *community relations*, dan selain itu juga penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi untuk menambah pengetahuan tentang salah satu kajian *public relations* yaitu *community relations*.

## 2. Manfaat praktis

Dari penelitian ini dapat memberi masukan serta berguna dan bermanfaat dalam upaya peningkatan fungsi dan tugas humas dalam menentukan strategi-strategi selanjutnya dalam hal *community relations* oleh Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan.

## E. KERANGKA TEORI

### 1. Strategi Humas (*Public Relations*)

*Public Relations* atau yang biasa kita sebut dengan humas adalah suatu kegiatan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, *good-will*, kepercayaan, penghargaan pada dan dari publik, suatu badan khususnya dan masyarakat umumnya (Abdurrachman,2001:27).

Menurut Edward L. Bernays yang mengemukakan bahwa humas mempunyai tiga pengertian, yaitu memberikan pengertian kepada masyarakat, membujuk masyarakat mengubah sikap dan tindakannya, mengusahakan untuk mengintegrasikan sikap dan tindakan perusahaan dengan masyarakat dan sebaliknya masyarakat dengan perusahaan (Suryosubroto,1998:142).

Dalam *Public Relations* terdapat suatu usaha untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara suatu badan dan publiknya, usaha untuk memberikan atau menanamkan kesan menyenangkan, sehingga akan timbul

opini publik yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup dari perusahaan maupun instansi tersebut.

Selain itu, J.C Hooftman menyatakan bahwa untuk membangkitkan opini public yang positif terhadap suatu badan public harus diberi penerangan-penerangan yang lengkap dan obyektif mengenai kegiatan-kegiatan yang menyangkut kepentingan mereka, sehingga dengan demikian akan timbul pengertian daripadanya, kemudian pendapat-pendapat dan saran-saran dari publik mengenai kebijaksanaan badan itu harus diperhatikan dan dilaksanakan (Abdurrachman,2001:26).

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dimengerti bahwa kegiatan humas atau *Public Relations* adalah semua kegiatan yang dikerjakan oleh seorang humas atas nama instansi atau perusahaan dalam rangka menciptakan dan membina hubungan yang dapat saling menguntungkan antara sebuah instansi atau perusahaan dengan publiknya, dimana keberhasilan maupun kegagalan instansi atau perusahaan tergantung pada hubungan yang terbina.

Sama halnya dengan Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan yang mengelola lahan tempat pembuangan akhir sampah yang di sekitarnya banyak terdapat pemukiman warga. Sebagai seorang humas yang bertugas sebagai penyalur informasi dari sebuah instansi kepada publiknya, humas Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan ini pun dituntut untuk dapat memberikan informasi dan selalu dapat memberikan pemahaman serta

pengertian yang mendalam kepada seluruh masyarakat yang tinggal berdekatan dengan tempat pembuangan akhir tersebut. Hal ini dilakukan agar antara pihak dinas dan masyarakat sekitar dapat selalu terjalin hubungan baik yang pada akhirnya dapat memberi keuntungan antara kedua belah pihak.

Kemudian, menurut Ahmad S. Adnanputra, pengertian tentang strategi humas atau *public relations* antara lain berbunyi, “Alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan humas atau *public relations* dalam kerangka suatu rencana *public relations*” (Ruslan, 1999:107).

Pada dasarnya strategi merupakan berbagai tahapan dari jawaban yang optimal terhadap tantangan-tantangan baru yang mungkin dihadapi, baik sebagai akibat dari langkah sebelumnya maupun karena adanya tekanan dari luar. Keseluruhan dari proses tersebut berada dalam arah tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan sebelumnya. Suatu analisis strategi membantu perusahaan untuk mengidentifikasi isu-isu dan langkah-langkah bagi strategi yang akan dihadapi yang akan datang sehingga perusahaan siap menghadapi perubahan-perubahan lingkungan yang akan datang.

Menurut Cutlip & Center dalam bukunya *Effective Public Relations* (2006:353) menyebutkan bahwa definisi strategi sebagai penentuan tujuan dan sasaran usaha jangka panjang, dan adopsi upaya pelaksanaan dan lokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Setiap perusahaan atau organisasi diupayakan untuk mampu mengidentifikasi

peluang dan ancaman jangka panjangnya, dan melaksanakan strategi implementasi yang sukses, sehingga apa yang menjadi tujuan dan sasaran program dapat tercapai.

Strategi adalah suatu perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu dalam praktik operasinya (Ruslan, 2002:31). Dari uraian tersebut menjelaskan bahwa strategi mempunyai arti pengertian yang terkait dengan hal-hal kewenangan, kehidupan atau daya juang yang berkaitan dengan mampu atau tidaknya perusahaan atau organisasi dalam menghadapi tekanan yang muncul dari dalam maupun luar. Strategi humas dibentuk melalui dua komponen yang saling berkaitan erat yaitu sebagai berikut:

Tabel komponen dalam strategi humas (Ruslan,2002:111)

Komponen	Pembentukan Strategi Humas
Komponen sasaran	Satuan atau segmen yang akan digarap
Komponen sarana	Paduan atau bauran untuk menggarap suatu sasaran

Strategi merupakan suatu hal yang sangat penting karena merupakan salah satu cara untuk mencapai tujuan. Strategi merupakan cara mencapai tujuan jangka panjang dari sebuah instansi atau perusahaan yang ditentukan berdasarkan dari hasil analisis situasi dan riset yang telah dilakukan dengan menggunakan sebuah tindakan aksi tertentu dan memerlukan alokasi sumber daya yang diperlukan dalam pelaksanaan tersebut.

Untuk memberi masukan kepada rencana kerja jangka panjang tersebut, sebagai seorang humas harus dapat melakukan langkah-langkah seperti menyampaikan fakta dan pesan, baik yang beredar di dalam maupun di luar instansi. Data-data dapat diperoleh dari kliping media massa dalam kurun waktu tertentu, dengan melakukan penelitian terhadap naskah-naskah pidato pimpinan, bahan yang dipublikasikan perusahaan, serta melakukan wawancara tertentu dengan berbagai pihak yang berkepentingan. Langkah berikutnya adalah menelusuri dokumen resmi perusahaan dan mempelajari perubahan yang terjadi secara historis. Perubahan umumnya disertai dengan perubahan sikap perusahaan terhadap publiknya atau sebaliknya.

Langkah terakhir adalah melakukan analisis SWOT (*Strenghts*/kekuatan, *Weakness*/kelemahan, *Oppurtunity*/peluang, dan *Threats*/ancaman). Walaupun tidak harus menganalisis hal-hal yang berada di luar jangkauannya, seorang humas perlu melakukan analisis yang berbobot mengenai persepsi dari luar dan dalam perusahaan atas SWOT yang dimilikinya. Misalnya terkait dengan masa depan industri yang ditekuninya, citra yang dimiliki perusahaan, kultur yang dimiliki serta potensi lain yang dimiliki perusahaan (Soleh, Elvinaro,2002:91).

Humas “Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan ” perlu melakukan analisis SWOT, yaitu untuk mengetahui apa saja yang dapat menjadi kekuatan dan kelemahan serta adanya peluang dan ancaman dalam menjalankan strategi terkait dengan menjalin hubungan baik dengan warga

sekitar tempat pembuangan akhir. Selain itu juga untuk mengetahui pandangan masyarakat terhadap keberadaan dari Dinas tersebut yang kemudian dapat menumbuhkan rasa kepercayaan dan menciptakan citra positif bagi Dinas bersangkutan.

Tujuan utama strategi humas adalah untuk membimbing keputusan manajemen dan ikut andil dalam penentuan visi, misi serta kebijakan instansi atau perusahaan dalam membentuk dan mempertahankan keunggulan sehingga instansi atau perusahaan tersebut dapat meraih sukses. Agar tujuan instansi atau perusahaan tersebut dapat tercapai dalam kondisi lingkungan yang berinteraksi aktif dengan lingkungan, maka caranya antara lain dengan menyusun atau merencanakan strategi yang efektif dan menetapkan kebijaksanaan yang tepat.

Dengan begitu, maka strategi merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan suatu instansi atau perusahaan dan kebijaksanaan merupakan bentuk operasional dari strategi tersebut. Artinya bahwa cara yang tepat untuk mencapai tujuan perusahaan dengan melalui strategi dan kebijaksanaan, sebab strategi dan kebijaksanaan merupakan rencana yang menyeluruh dan terpadu baik mengenai bisnis apa yang dilakukan, maupun tentang bagai mana pengesahan sumber-sumber yang ada diperusahaan.

Menurut, Ruslan Humas atau *Public Relations* (1999:117), mempunyai strategi-strategi dalam mencapai tujuan bersama, yaitu:

1. Strategi operasional  
Yaitu pelaksanaannya melalui pendekatan masyarakat (*social approach*), melalui mekanisme *sosio cultural* dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat. Pihak humas harus bersikap sebagai pendengar (*listening*), dan bukan sekedar mendengar apresiasi yang ada didalam masyarakat baik etika, moral, maupun nilai-nilai masyarakat yang merupakan acuan dalam strategi operasional kehumasan.
2. Pendekatan persuasif edukatif  
Yaitu menciptakan komunikasi timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya, baik bersifat mendidik dan memberikan penerangan agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi, dan lainnya.
3. Pendekatan tanggung jawab sosial humas  
Yaitu menumbuhkan sikap bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan untuk memperoleh keuntungan sepihak dari publik sasarnya (masyarakat) tetapi memperoleh keuntungan bersama yang terampil dalam memadukan keuntungan dengan motivasi tanggung jawab sosial.
4. Pendekatan kerjasama  
Yakni berupaya membina hubungan yang baik dan harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan baik ke dalam (*internal relations*), maupun ke luar (*eskternal relations*) untuk meningkatkan kerjasama.
5. Pendekatan koordinatif dan integratif  
Humas atau public relations harus mampu mewakili lembaga dan institusinya serta berpartisipasi dalam menunjang pembangunan nasional.

Selain hal tersebut diatas, menurut Cutlip & Center dalam buku *Effective Public Relations* (2000:382), ada empat tahap proses perencanaan stretegi *public relations* (humas):

1. Definisi suatu masalah  
Tahap pertama yang dilakukan untuk mengetahui masalah maupun kesempatan-kesempatan yang mungkin dihadapi oleh organisasi tetapi tidak diketahui sebelumnya. Kemudian mengetahui situasi yang dihadapi organisasi baik internal maupun eksternal. Langkah ini juga mencakup penyelidikan dan memantau pengetahuan, opini, sikap dan perilaku pihak-pihak yang terkait dengan dan dipengaruhi oleh tindakan dan kebijaksanaan perusahaan.
2. Perencanaan dan suatu program  
Pada tahap ini masalah sudah diketahui, maka selanjutnya menentukan langkah yaitu menentukan tujuan (goal) dan sasaran (objectives). Informasi

dan data yang dikumpulkan pada tahap pertama digunakan untuk membuat keputusan tentang program publik, strategi, tujuan, tindakan, taktik dan sasaran.

3. Suatu tindakan dan komunikasi

Langkah ini sudah ditetapkan bagaimana strategi itu dilaksanakan. Dalam hal ini komponen komunikasi apa saja yang digunakan agar pesan dapat disampaikan secara efektif dan efisien, termasuk didalamnya adalah sumber, pesan dan media.

4. Evaluasi program

Pada tahap terakhir ini, mengevaluasi apakah program tersebut telah mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Evaluasi adalah suatu usaha atau kegiatan untuk menentukan nilai suatu program atau kegiatan.

Dengan adanya keempat tahap proses perencanaan strategi diatas, maka upaya *public relations* (humas) yang dilakukan untuk meningkatkan citra positif dengan semua publiknya, dan hubungan antara perusahaan atau instansi dengan publiknya baik publik internal maupun publik eksternal harus terus dipelihara dengan baik. Sehingga dengan begitu akan dapat terciptanya suatu hubungan yang harmonis dan penilaian publik pun akan menjadi positif terhadap perusahaan atau instansi yang bersangkutan.

Dan dalam menjalankan strategi humas harus dapat melakukan komunikasi yang efektif, menurut Cutlip & Center yang dikutip oleh Abdurrachman dalam bukunya *Dasar-Dasar Public Relations* (2001:31-33) proses komunikasi dilaksanakan melalui empat tahap, yakni:

1. *Fact Finding*

Yang dimaksud dengan fact-finding adalah mencari atau mengumpulkan fakta-fakta atau data sebelum seseorang melakukan suatu kegiatan atau tindakan. Misalnya praktisi PR dari sebuah instansi, sebelum melaksanakan tugas atau kegiatan-kegiatannya harus mengetahui terlebih dahulu tentang apa yang diperlukan, siapa saja yang termasuk kedalamnya, dan bagaimana keadaan publik dipandang dari berbagai segi. Data atau fakta tersebut bisa diperoleh dari media massa, riset, opini

publik, laporan-laporan atau penelitian terdahulu, dan wawancara dengan pihak yang terkait.

2. *Planning*

Berdasarkan fakta atau data tersebut humas atau *public relations officer* membuat rencana tentang apa yang akan/harus dilakukan dalam menghadapi problem-problem itu. Praktisi PR harus dapat memperhitungkan sasaran dan strategi, anggaran, dll. Rencana dari kegiatan atau program yang akan dilaksanakan tersebut diharapkan mampu menyampaikan pesan dan dapat diterima dan dimengerti dengan sebaik mungkin.

3. *Communicating*

Setelah rencana disusun dengan sebaik-baiknya sebagai hasil pemikiran yang ideal/data yang telah dikumpulkan, humas atau *public relations officer* kemudian melakukan “operasinya”. Dalam pelaksanaannya, praktisi PR harus mampu menyampaikan pesan yang menjadi tujuan dari instansi atau perusahaannya, terlebih tujuan dari kegiatannya yang akan dilaksanakannya.

4. *Evaluation*

Mengadakan evaluasi tentang sesuatu kegiatan adalah perlu untuk menilai apakah tujuan itu sudah tercapai, apakah perlu diadakan “operasi” lagi atau perlu menggunakan cara lain untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Selain evaluasi dilakukan dalam instansi atau perusahaan, evaluasi juga sebaiknya dilakukan terhadap publik yang menjadi sasaran. Ini dilakukan untuk mengetahui apakah program atau kegiatan yang telah dijalankan sudah benar-benar diterima dan memperoleh hasil optimal ataukah belum. Hasil evaluasi dapat dijadikan pedoman untuk melaksanakan kegiatan selanjutnya.

Humas suatu instansi memiliki tugas dalam melaksanakan komunikasi yang bersifat persuasif dan informatif baik dalam internal maupun eksternal instansi tersebut. Komunikasi eksternal terlebih untuk komunikasi dengan masyarakat sekitar sangat diperlukan agar selalu dapat terjalin hubungan yang baik antara kedua belah pihak, karena setiap instansi termasuk tempat pembuangan akhir ini berada di tengah-tengah masyarakat atau suatu komunitas. Seorang humas yang profesional dari sebuah instansi harus selalu mengetahui isu-isu sosial yang beredar maupun berkembang di luar

instansinya, baik yang berupa keluhan maupun masukan, baik negatif maupun positif.

Maka untuk menghambat atau menghentikan berbagai isu negatif tersebut agar tidak menjadi masalah yang berkepanjangan, untuk itu perlu adanya strategi dari humas, yang diharapkan nantinya akan dapat mencapai tujuan yang telah dibuat yakni terjalinnya hubungan yang baik dan dapat mengembangkan suatu citra baik yang menguntungkan bagi pihak dinas dan masyarakat sekitar tempat pembuangan akhir tersebut.

Sebelum melakukan rencana atau program dalam sebuah instansi atau perusahaan, seorang humas perlu melakukan *environmental scanning* terlebih dahulu. Dalam buku *Public Relations The Profession and the Practice* (1997:121), Liem dan W.R King menjelaskan ada tiga model scanning, yakni:

1. *Irregular model*

Model ini berguna untuk mengidentifikasi reaksi cepat pada permasalahan dan juga memberikan input untuk perencanaan jangka pendek. Selain itu pendekatan ini hanya bersifat sewaktu-waktu.

2. *Reguler model*

Model ini menggambarkan penilaian mengenai situasi lingkungan lebih khusus lagi, focus pada isu yang dihadapi organisasi, ini dilakukan secara terjadwal pada waktu tertentu.

3. *Continues model*

Model ini memunculkan pengawasan lingkungan yang lebih kompleks karena melibatkan banyak segmen yang dilaksanakan secara terus menerus.

*Environmental scanning* dilakukan untuk mengetahui informasi mengenai kegiatan dan hubungan dilingkungan luar perusahaan, sebagai bahan untuk membantu seorang humas dalam merencanakan strategi atau

langkah kedepan. Dalam sebuah instansi ataupun seperti dinas ini sebaiknya dapat melakukan *environmental scanning* terlebih dahulu sebelum menjalankan strategi atau program-program yang direncanakan. Dan pada Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan termasuk juga kedalam model scanning yang kedua yaitu regular model, karena dilakukan secara terjadwal dan fokus pada isu yang dihadapi yaitu mengenai warga masyarakat yang tinggal disekitar tempat pembuangan akhir, lebih melihat apa saja yang terjadi ditempat pembuangan akhir, dan program apa yang harus dilakukan agar dapat selalu terjalin hubungan yang baik dengan masyarakat tersebut.

## **2. *Community Relations***

Adanya publik dalam pekerjaan seorang humas atau *public relations* merupakan salah satu sasaran dari kegiatan kehumasan. Salah satu bagian dari publik tersebut yang tidak bisa dilepaskan dari seorang humas adalah masyarakat atau komunitas.

Menurut Jefkins, yang menjelaskan komunitas atau *community relations* sebagai berikut, kelompok orang yang tinggal di sekitar wilayah operasi satu organisasi yang bisa berupa pabrik, areal penambangan, kantor atau bengkel yang disebut sebagai tetangga” (Iriantara,2007:22).

Masyarakat adalah salah satu dari publik eksternal. Membina hubungan baik antara seorang humas dari sebuah instansi atau perusahaan dengan masyarakat sekitar adalah sebuah kewajiban. Kegiatan yang biasa

disebut dengan *community relations* ini memang sangat penting dijalankan oleh setiap instansi atau perusahaan yang merupakan bagian dari strategi humas (*public relations*) ini dimaksudkan untuk menyampaikan pesan dan memberi pemahaman kepada masyarakat sekitar yang pada akhirnya akan menimbulkan citra positif dalam keberlangsungan instansi atau perusahaan tersebut.

Hal seperti itulah yang dijalankan oleh humas Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan yang selalu menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar tempat pembuangan akhir yang tidak lain itu adalah milik dinas. Dan diharapkan sebagai seorang humas yang menyampaikan pesan kepada masyarakat, dapat menumbuhkan kepercayaan dan timbal balik diantara kedua belah pihak dengan adanya *community relations* tersebut.

Mengingat *community relations* berhadapan langsung dengan persoalan-persoalan sosial yang nyata yang dihadapi komunitas sekitar organisasi, maka adanya *community relations* antara organisasi dan masyarakat ditujukan untuk mengidentifikasi permasalahan, mencari solusi dan mengimplementasi rencana tindakan atas permasalahan yang dihadapi. Selain itu menjalin hubungan baik yang dilakukan oleh humas sebuah instansi ataupun perusahaan mempunyai manfaat, Yosol Iriantara (2007 : 70-71) mengatakan beberapa diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi individu pegawai:
  - a. Belajar metode alternatif dalam berbisnis

- b. Menghadapi tantangan pengembangan dan bisa berprestasi dalam lingkungan baru
  - c. Mengembangkan keterampilan yang ada dan keterampilan baru
  - d. Memperbaiki pengetahuan perusahaan atas komunitas lokal dan memberi kontribusi bagi komunitas lokal
  - e. Mendapatkan persepsi baru atas bisnis
2. Manfaat bagi organisasi penerima program:
- a. Mendapatkan keahlian dan keterampilan profesional yang tak dimiliki organisasi atau tak memiliki dana untuk mengadakannya
  - b. Mendapatkan keterampilan manajemen yang membawa pendekatan yang segar dan kreatif dalam memecahkan masalah
  - c. Memperoleh pengalaman dari organisasi besar sehingga melahirkan pengelolaan organisasi seperti menjalankan bisnis
3. Manfaat bagi perusahaan:
- a. Memperkaya kapabilitas karyawan yang telah menyelesaikan tugas bekerja bersama komunitas
  - b. Peluang untuk menanamkan bantuan praktis pada komunitas
  - c. Meningkatkan pengetahuan tentang komunitas lokal
  - d. Meningkatkan citra dan profil perusahaan karena karyawan menjadi “duta besar” bagi perusahaan

Manfaat-manfaat pelaksanaan *community relations* oleh sebuah instansi diharapkan dapat menciptakan hubungan yang kondusif dan timbal balik antara instansi, karyawan, maupun komunitas sehingga seluruh kegiatan instansi tersebut dapat berjalan dengan lancar dan sebaik mungkin.

Untuk itu diperlukan adanya proses *community relations* dari suatu perusahaan, menurut Yosol Iriantara (2007 :80-84) adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Fakta

Yakni tahapan pengumpulan fakta tentang permasalahan sosial dari berbagai sumber. Fakta/data yang terkumpul diperoleh dari berita media massa, data statistic, obrolan warga masyarakat, laporan-laporan dari hasil penelitian LSM dan sumber-sumber teroercaya lainnya.

2. Perumusan Masalah

Dalam merumuskan masalah kita memulai dengan memfokuskan pada komunitas organisasi. Humas harus dapat melihat dan memahai situasi dan penyebabnya, ini dapat dilihat berdasarkan fakta dan data yang ada sebelumnya.

3. Perencanaan dan pemrograman

Pada tahap ini untuk bisa mewujudkan apa yang diperkirakan tadi, dibuatlah suatu program. Dengan demikian program bisa kita anggap sebagai cara untuk mewujudkan apa yang kita andaikan bakal terjadi kemudian hari. Program ini merupakan cara untuk mencapai tujuan tersebut.

4. Aksi dan Komunikasi

Dalam tahap keempat ini, pelaksanaan komunikasi penyampaian pesan yang ingin disampaikan kepada komunitas, juga terdapat tanggung jawab sosial organisasi kepada komunitasnya. Sehingga dengan demikian dapat mewujudkan hubungan yang kondusif dan baik, dan dapat meningkatkan citra baik organisasi tersebut.

5. Evaluasi

Tahap terakhir ini, kita dapat mengetahui apakah komunikasi dan program yang kita jalankan sudah berhasil secara optimal atau tidak, apakah program dilanjutkan, dihentikan, atau menggantinya. Evaluasi ini juga melihat kepada bagaimana sikap komunitasnya. Sehingga ini akan lebih mempermudah terciptanya hubungan yang baik diantara organisasi dengan komunitasnya.

Program *community relations* diharapkan mampu menunjukkan kepada masyarakat sekitar bahwa adanya suatu itikad yang baik dari instansi maupun perusahaan untuk menjalin hubungan baik dengan komunitas, yang diharapkan mampu mendukung setiap kegiatan dari instansi atau perusahaan tersebut. Upaya dan usaha apapun haruslah dilakukan oleh humas dalam rangka memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat atau publik. Untuk itu humas harus dapat memilih media yang tepat dalam pelaksanaan tugasnya sebaik dan seefektif mungkin dan dengan tenaga serta biaya juga waktu yang seefisien mungkin.

Itulah yang dilakukan oleh humas Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan yang selalu berusaha melakukan pendekatan dan selalu menjalin hubungan yang baik dengan warga sekitar tempat pembuangan akhir, karena

ini memang salah satu dari program yang dibuat, serta untuk memberikan pemahaman dan agar masyarakat merasa tetap nyaman meskipun tinggal berdekatan dengan tempat pembuangan akhir tersebut. Kemudian selain itu juga untuk dapat menumbuhkan rasa kepercayaan masyarakat terhadap pihak dari “Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan”, yang nantinya dapat meningkatkan citra positif instansi tersebut.

## **F. METODE PENELITIAN**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian kualitatif, menurut Bogdan dan Taylor mendefinisikan penelitian kualitatif atau metodologi kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Moleong,2001:3).

Dan juga penelitian ini termasuk kedalam penelitian kualitatif deskriptif, data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut (Moleong,2001:6).

Sehingga dalam penelitian ini, peneliti mencoba memberikan gambaran dan menjelaskan mengenai keadaan dan kegiatan humas “Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan” dalam menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar tempat pembuangan akhir.

## **2. Metode Penelitian**

Metode penelitian ini termasuk dalam penelitian studi kasus (*case study*), dimana studi kasus lebih memusatkan perhatian pada penyelidikan fenomena atau peristiwa-peristiwa didalam konteks kehidupan nyata secara intens dan mendetail. Secara umum metode studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pertanyaan suatu penelitian yaitu “*how*” atau “*why*” atau peneliti hanya mempunyai sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa yang akan diselidiki di dalam fokus penelitian yang terletak pada fenomena yang kontemporer (masa kini) dalam konteks kehidupan nyata (Yin,2000:1)

Sehingga dalam penelitian ini, peneliti mencoba untuk memaparkan dan menjelaskan peristiwa atau kejadian yang terjadi secara nyata ditempat pembuangan akhir khususnya pada masyarakat sekitarnya, dan mengenai strategi humas “Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan” dalam melakukan *community relations*.

## **2. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan yang terletak di wilayah Sidareja, Kabupaten Cilacap, Propinsi Jawa Tengah. Sidareja dipilih sebagai tempat penelitian, karena Sidareja masih tergolong daerah Kecamatan yang asri dan memiliki potensi yang cukup baik untuk berkembang lebih pesat lagi.

### **3. Subyek Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan informasi tentang strategi humas Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan mengenai hubungan baik melalui informan utama yaitu Bapak Nur Wahyudi selaku Kepala Sub Bagian Umum (humas). Bapak Nur Wahyudi dipilih sebagai narasumber utama karena beliau memang mampu menjelaskan mengenai strategi humas apa saja yang dilakukan oleh humas dalam kaitannya dengan program *community relations*. Dan demi kelengkapan data yang ingin diperoleh, peneliti juga menggali informasi kepada Kepala Unit Pelaksana Teknis Dinas Cipta Karya Kebersihan Pertamanan yang bertempat di Sidareja sesuai dengan tempat pembuangan akhir, yaitu dengan Bapak Dwi Purwanto, dan dengan beberapa warga sekitar tempat pembuangan akhir Bapak Mustari selaku ketua RT, Bapak Kaswadi, Bapak Sapin dan Ibu Pairan warga-warga tersebut dirasa perlu untuk dimintai informasi karena berkaitan langsung dengan program *community relations* yang dilaksanakan oleh Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan.

### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data lapangan, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Wawancara Mendalam

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. percakapan itu diajukan oleh dua pihak, yaitu pihak pewawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) (Moleong,2001:135).

Pengumpulan data dengan melakukan wawancara atau tanya jawab dengan narasumber untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian. Penulis melakukan tanya jawab dengan Kepala Sub Bagian Umum (humas) Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan, Kepala Unit Pelaksana Teknis dan juga beberapa warga sekitar tempat pembuangan akhir.

#### b. Studi Dokumen

Merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian. Dokumen dapat berupa buku, surat-surat, laporan, notulen, catatan kasus, dan dokumen lainnya (Soehartono,1998:71). Selain itu studi pustaka juga merupakan informasi yang diperoleh dari data yang telah dikumpulkan oleh orang lain, baik berupa laporan hasil penelitian, laporan-laporan resmi, buku-buku perpustakaan (Zed,2004:3)

Data dan informasi diperoleh dari arsip mengenai Tempat Pembuangan Akhir, arsip mengenai Penanganan Sampah Berbahaya tahun 2009, dan lainnya yang diperoleh dari Dinas Cipta Karya Kebersihan dan

Pertamanan serta referensi-referensi lain yang berkaitan dengan *community relations*.

## **5. Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini penulis menganalisis data secara deskriptif kualitatif, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

### **a. Pengumpulan Data**

Yaitu mulai dari pengumpulan, pengkelompokan, dan menyatukan data yang sesuai dengan masalah yang akan dilihat dan diteliti. Pengumpulan Data penelitian kualitatif pada umumnya berupa informasi kategori substansif yang sulit dinumerisasikan (Pawito,2007:96).

Data dan informasi tersebut yakni mengenai strategi humas “Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan” dalam menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar tempat pembuangan akhir di wilayah Sidareja Kabupaten Cilacap.

### **b. Reduksi Data**

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya (Soegiyono,2008:247). Reduksi data juga merupakan analisis yang menggolongkan atau mengelompokan, mengarahkan dan membuang data yang tidak diperlukan sedemikian rupa sehingga dapat ditarik suatu

kesimpulan. Data-data yang direduksi adalah data yang berasal dari wawancara, catatan lapangan dan arsip-arsip resmi yang ada. Setelah dibaca, dipelajari, selanjutnya diambil data yang memiliki relevansi dengan penelitian ini. Data tersebut adalah data yang berhubungan dengan pelaksanaan strategi humas Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamana dalam melaksanakan program *community relations*.

#### c. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian selalu harus berdasarkan diri atas semua data yang diperoleh dalam kegiatan penelitian, dengan kata lain penarikan kesimpulan atas dasar data yang telah dikumpulkan merupakan jawaban, benar-benar jawaban yang dicari (Arikunto, 2006:342). Kesimpulan yang ingin peneliti sampaikan adalah mengenai strategi humas Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Pertamanan dalam program *community relations*.

#### d. Uji Validitas Data

Uji validitas merupakan alat pengukur yang berfungsi dengan baik akan mampu mengukur dengan tepat dan mengena gejala-gejala sosial tertentu, alat tadi disebut sebagai valid (sah). (Kartono, 1996:111)

Dan dalam penelitian kualitatif ini penulis menggunakan teknik triangulasi data, yaitu melakukan recheck dan cross check informasi dan data yang diperoleh dari lapangan dengan informan lain untuk memahami kompleksitas fenomena sosial ke sebuah esensi yang sederhana (Endraswara,

2006:110). Dan dalam triangulasi data ini diperlukan langkah-langkah sebagai berikut ini:

1. Triangulasi sumber data, yang dilakukan dengan cara mencari data dari banyak sumber informan, yaitu orang yang terlibat langsung dengan objek kajian.
2. Triangulasi pengumpul data, dilakukan dengan cara mencari data dari banyak sumber informan. Selain mencari data melalui narasumber diatas, penulis juga menggali data dari buku atau refrensi lain yang terkait dengan penelitian ini.
3. Triangulasi metode, dilakukan dengan menggunakan bermacam metode pengumpulan data seperti observasi, interview, studi dokumentasi. Kemudian setelah data terkumpul dan juga memperoleh narasumber yang tepat, barulah peneliti mengobservasi, melakukan wawancara mendalam, serta melakukan studi dokumentasi.
4. Triangulasi teori, dengan cara mengkaji berbagi teori relevan, sehingga dalam hal ini tidak digunakan teori tunggal tapi dengan teori yang jamak.

Dan dalam penelitian ini termasuk kedalam triangulasi yang pertama yaitu triangulasi sumber data, karena peneliti memperoleh data langsung dari informan yang berkompeten dan bersangkutan langsung dengan masalah yang akan diteliti yaitu kepada humas Dinas Cipta Karya

Kebersihan dan Pertamanan Cilacap mengenai program *community relations*.