

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Public Relation yang lazim disebut Hubungan Masyarakat (Humas) merupakan lapangan kerja baru di bidang komunikasi yang masuk ke Indonesia pada awal dekade 1950-an. Perkembangan humas sendiri memiliki kaitan yang erat dengan kemajuan masyarakat di berbagai. Adanya kemajuan masyarakat itu memisahkan manusia kedalam berbagai kelompok atau golongan yang masing-masing mempunyai tujuan sendiri. Ironisnya, kemajuan itu justru menimbulkan masalah-masalah baru yang dapat menghalangi tercapainya tujuan tersebut.

Ditilik dari sejarah, ilmu dan praktek Public Relations modern berkembang paling pesat di negeri-negeri yang menganut system demokrasi. Hal ini tidaklah mengherankan bila di ingat bahwa public relation adalah bidang aktivitas yang bertujuan menciptakan suasana saling pengertian yang baik antara suatu organisasi dengan public lainnya. Jelaslah bahwa masyarakat dimana orang-orang bergerak diberbagai bidang industri, teknik, ekonomi, bahkan politik dan pemerintah membutuhkan peran humas untuk menciptakan bentuk kerjasama yang baik agar masing-masing pihak dapat mencapai tujuannya masing-masing. Kemajuan dalam bidang-bidang kehidupan masyarakat membuat humas menjadi unsur yang tidak dapat dilepaskan dan lambat laun semakin mendapat perhatian yang besar.

Sampai saat ini, humas banyak digunakan oleh organisasi yang sifatnya bisnis

aktivitas kerjanya, organisasi sangat membutuhkan peran humas. Berkaitan dengan lingkungannya, diakui bahwa dalam suatu organisasi humas memerlukan kualitas yang tinggi dalam pelaksanaannya. Secara struktural, humas merupakan bagian yang integral dari sebuah organisasi. Humas adalah penyelenggara komunikasi timbal balik antara organisasi dengan publiknya yang mempengaruhi sukses tidaknya organisasi tersebut. Dari pihak organisasi, komunikasi seperti ini ditujukan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya tujuan, kebijakan maupun tindakan organisasi. Dengan kata lain fungsi humas bagi organisasi adalah untuk membantu organisasi menjalin hubungan sosial yang harmonis dengan publiknya.

Keberadaan humas dalam membentuk nilai-nilai yang baik, mengharuskan humas mampu menguasai segala persoalan di era reformasi ini, baik internal maupun eksternal. Dalam prakteknya, humas banyak dipergunakan oleh kalangan departemen, instansi atau kelembagaan milik pemerintah. Dan di era reformasi ini humas dapat membantu menyampaikan informasi dari lembaga yang diwakili kepada pihak public atau masyarakat. Kedudukan humas sesungguhnya adalah membantu pimpinan dalam membina dan mengamankan hubungan harmonis antar manajemen instansi atau lembaga pemerintah dengan public. Maka peran humas dalam instansi pemerintah ini mutlak dilakukan untuk menumbuhkan dan memantapkan nilai-nilai yang baik instansi tersebut dimata masyarakat. Sedangkan kedudukan humas, secara internal berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara pimpinan dengan karyawan, dan secara eksternal berfungsi sebagai perantara antara instansi pemerintah dengan pihak luar, selain itu membangkitkan semangat. Yang menjadi perhatian penulis sehingga tertarik untuk

memilih pemerintah kabupaten Bantul dalam membahas bagaimana kinerja humas pemerintah daerah di era reformasi. Karena dalam rangka pelaksanaan otonomi daerah berdasarkan UU No : 22 tahun 1999, sehingga pemerintah kabupaten Bantul perlu membentuk kantor hubungan masyarakat dan informasi. Kantor humas dan informasi ini masih dibilang baru berdiri berdasarkan peraturan daerah no : 38 tahun 2000. Sehingga perjalanan kinerja kantor humas dan informasi, bisa di bilang masih baru. Kantor humas dan informasi ini gabungan dari Sekretariat Subag Humas dengan Departemen Penerangan yang kemudian di jadikan satu menjadi Kantor Humas dan informasi yang berdiri pada tahun 2000. Bukan itu saja yang membuat penulis menjadi tertarik untuk membahas kinerja kantor humas dan informasi tersebut, karena masih ada kebijakan-kebijakan yang sampai sekarang belum terlaksana dan baru dikonsep, atau bisa dikatakan belum di sahkan sesuai dengan peraturan daerah. Oleh karena itu, dengan adanya alasan-alasan tersebut penulis ingin mengetahui seberapa dalamnya pemerintah kabupaten bantul dalam mendukung kinerja kantor humas dan informasi, baik di masyarakat maupun di pemerintah kabupaten bantul itu sendiri.

B. PERUMUSAN MASALAH

Agar pembahasan yang dilakukan tidak menyimpang dari permasalahan yang ada dan menjadi terarah, maka dalam penyusunan ini penulis temui pada pemerintah daerah kabupaten Bantul, Yogyakarta yaitu :” Bagaimana kinerja humas pemerintah daerah di era reformasi, (studi kasus di kantor humas dan informasi pemerintah kabupaten Bantul, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, tahun 2002-2003).? “

C. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian pada laporan akhir ini adalah :

1. Untuk mengetahui hubungan teori dengan kegiatan humas yang berlangsung di dalam lembaga/instansi pemerintah.
2. Untuk mengetahui Kinerja Kantor Humas dan Informasi Pemerintah Kabupaten Bantul.
3. Untuk mendeskripsikan Kinerja Kantor Humas dan Informasi Pemerintah Kabupaten Bantul dengan faktor-faktor yang terkait.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat bagi Pemerintah Kabupaten Bantul

- Dapat memberikan informasi dan sumbangan pemikiran serta perkembangan kinerja di kantor humas dan informasi yang ada di Pemerintah Kabupaten Bantul, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, di Era Reformasi.
- Dan juga bisa di jadikan sebagai bahan perbandingan kinerja bagi para staf di kantor humas dan informasi, dengan analisis data yang di dapat oleh peneliti khususnya pada tahun 2002-2003

2. Manfaat bagi UMY

- Untuk menambah ilmu pengetahuan mengenai Humas pada instansi/lembaga Pemerintah Kabupaten Bantul, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, di Era Reformasi.
- Sebagai bahan perbandingan bagi adik-adik tingkat dalam menyusun sebuah laporan terutama yang berhubungan dengan Humas.

3. Manfaat bagi penulis

- Untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna menyelesaikan studi pada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY).
- Untuk mengetahui seberapa jauh pengetahuan yang dimiliki penulis sehubungan dengan Hubungan Masyarakat (HUMAS).
- Membuat suatu resume dari hasil penelitian pada Pemerintah Kabupaten Bantul, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

E. KERANGKA DASAR TEORI

Kerangka dasar teori merupakan bagian yang terdiri atas uraian yang menjelaskan variabel-variabel dan hubungan antara variabel berdasarkan konsep dan definisi tertentu. Didalam penelitian ini dikemukakan teori-teori yang menjadi acuan bagi penelitian yang akan dilakukan menurut Sofyan Effendi dan Masril Singarimbun¹, teori adalah rangkaian asumsi, konsep, dan definisi untuk menerangkan suatu fenomena

¹ Sofyan Effendi dan Masril Singarimbun, "*Metode penelitian survey*" LP3ES, Jakarta. 1989 hal 3

sosial atau fenomena alami yang menjadi pusat perhatiannya, sehingga menurut definisi ini, teori mengandung tiga hal antara lain :

1. Serangkaian asumsi antara konsep yang saling berhubungan.
2. Menerangkan secara sistematis fenomena sosial dengan cara menentukan hubungan antara konsep.
3. Menerangkan fenomena tertentu dengan cara menentukan konsep mana yang berhubungan dengan konsep lainnya dan bagaimana cara hubungan.

Dalam penelitian ini dasar-dasar teori yang akan dikemukakan hal-hal sebagai berikut :

1. Kinerja

Menurut WJS Purwodarminto :

Kinerja adalah hasil kerja yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya.²

Menurut Drs Faustino Cardoso G :

Kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam rangka upaya untuk mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal tidak melanggar hukum dan sesuai dengan etika.³

Menurut Bernadin dan Russel :⁴

Memberikan batasan mengenai kinerja atau performance sebagai berikut:

“in the record of outcomes produced on a specified job function or activity during a specified time periode”.

“pengeluaran yang dihasilkan dari fungsi suatu pekerjaan tertentu atau kegiatan selama suatu periode waktu tertentu”.

Kinerja berasal dari kata *“to perform”* mempunyai istilah sebagai berikut⁵ :

1. Melakukan, menjalankan, melaksanakan.
2. Memenuhi atau menjalankan kewajiban dalam suatu permainan.
3. Menggambarkan suatu karakter dalam suatu organisasi.
4. Menggambarkan dengan sarana atau alat musik.
5. Melaksanakan atau menyempurnakan tanggung jawab.
6. Melakukan usaha kegiatan dalam suatu permainan.
7. Melakukan sesuatu yang diharapkan oleh seseorang atau mesin.

Jadi kinerja dapat juga diartikan perencanaan yang dilaksanakan untuk kelompok atau individu untuk mencapai tujuan atau hasil yang diharapkan sesuai dengan perencanaan.

Kurang lebih ada 2 (dua) syarat utama yang diperlukan guna melakukan penilaian kinerja yang efektif, yaitu :

³ Faustino Cardoso, G, Drs, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Andi Offset, Yogyakarta, 1997, hal 135.

⁴ Bernadi dan Russel, *Human Resource Management*, Mac Graw Hill Inc, Singapore, 1993, hal 379

⁵ Bernadin, R. M., *Human Resource Management*, Mac Graw Hill, New York, 1997, hal 1000

- a. Adanya kriteria performansi yang dapat diukur secara obyektif.
- b. Adanya obyektifitas dalam proses evaluasinya.⁶

Diperlukan kualifikasi-kualifikasi tertentu untuk dapat mengukur kriteria performansi secara obyektif yaitu :

a. Relevansi (*Relevance*).

Menunjukkan tingkat kesesuaian antara kriteria dan tujuan performansi sebuah program penelitian adalah relevan, jika program tersebut mencakup aspek-aspek pekerjaan yang terpenting.

b. Realibilitas/ keandalan (*Reability*).

Dalam konteks ini realibilitas adalah konsistensi penilaian realibilitas. Menunjukkan tingkat nama kriteria, menghasilkan hasil yang konsisten untuk karyawan maupun penilaian yang dibuat oleh penilai yang bekerja secara independent, satu sama lain harus bersesuaian.

c. Sensitivitas/ Diskriminasi (*Sensitivity*)

Menyatakan bahwa suatu system penilaian kinerja mampu membedakan antara pelaksana yang efektif dengan yang tidak efektif.⁷

Jadi kinerja dapat diartikan juga suatu kegiatan perencanaan yang dilaksanakan oleh sekelompok orang atau individu untuk mencapai tujuan atau hasil yang diharapkan sesuai dengan perencanaan. Kinerja yang diraih oleh suatu organisasi dapat dilihat beberapa aspek sebagai berikut :

⁶ Faustino Cardoso.G.Drs, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Andi Ofset, Yogyakarta, 1997, hal 136

A. Aspek Produktivitas (*productivity*)

Aspek ini berkaitan dengan perbandingan antara masukan (input) dan keluaran (output) suatu organisasi. Apabila keluaran atau hasilnya lebih besar dari pada masukannya atau ongkosnya, maka kondisi ini disebut efisien atau produktifitas tinggi. Namun bila keluarannya lebih rendah dari pada masukannya, maka organisasinya tersebut tidak efisien.

B. Aspek Kualitas Pelayanan (*quality of service*)

Aspek ini dapat dilihat sebagai aspek efektivitas pelayanan yang diberikan oleh organisasi kepada para konsumennya.

C. Aspek Responsivitas (*responsiveness*)

Aspek ini dapat diartikan sebagai daya tanggap pengelola organisasi terhadap kebutuhan dan keinginan dari para klien atau masyarakat sasaran. Daya tanggap disini diartikan sebagai respon terhadap kebutuhan klien dan penerapan peraturan yang benar.

D. Aspek Responsibilitas (*responsibility*)

Aspek ini dapat diartikan sebagai suatu kondisi administrasi dan kebijakan serta program-program yang baik yang dimiliki oleh para pengelola organisasi. Kondisi administrasi, kebijakan dan program yang baik dimaksudkan dalam artian yang luas sebagai kemantapan sistem pekerjaannya.

E. Aspek Profesional (*professionalism*)

Aspek ini merupakan pada sifat dan suatu pekerjaan yang membutuhkan kompetensi atau keahlian khusus. Dan sifat ini merupakan salah satu aspek yang

tidak dapat dihindari oleh para pengelola organisasi, karena semakin tumbuhnya kompleksitas masalah-masalah yang ada dalam masyarakat dan semakin canggihnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

F. Aspek Akuntabilitas (*accountability*)

Aspek ini dapat diartikan sebagai organisasi tentang apa-apa yang telah dilakukan terhadap stake holders (pihak-pihak yang berkepentingan), konsep ini menganut pengertian bahwa segala tindakan organisasi akan dinilai dan dievaluasi oleh kalangan yang terkait dan memiliki kepentingan dengan organisasi itu.⁸

Dari beberapa aspek-aspek tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk mencapai suatu kinerja atau prestasi kerja yang baik maka suatu organisasi dalam hal ini Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul, Yogyakarta harus seimbang dalam produktivitasnya baik itu output maupun input, didalam memberikan pelayanan kepada masyarakat baik dikantor maupun luar kantor harus dilayani dengan baik sesuai dengan kepentingannya atau kebutuhannya sehingga dalam melaksanakan tugasnya dapat bekerja secara efektif dan efisien.

Untuk mencapai kinerja yang baik sudah seharusnya para aparatur pemerintahan memberikan tanggapan atau respon yang sebaik-baiknya kepada masyarakat terhadap permasalahan yang dihadapinya. Sehingga dengan sikap cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh masyarakat tersebut.

⁸ Pribadi Ulung, *Perubahan Paradigma Organisasi, Perencanaan Manajemen Strategi Total Kualitas Dalam Pengembangan Organisasi* (Diktat Mata Kuliah Pengembangan Organisasi Publik). Jurusan Ilmu

Dengan era globalisasi dan semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi maka semakin kompleksnya permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat, maka untuk menghadapi permasalahan tersebut diperlukan aparatur yang profesional, maka untuk menunjang kesemuanya itu harus diadakan diklat bagi para aparatur-aparatur tersebut agar bisa mengatasi permasalahan tersebut.

2. Hubungan Masyarakat (Humas)

Hubungan masyarakat merupakan sebuah profesi yang didalamnya terdapat tugas, fungsi dan peranan yang erat kaitannya dengan kegiatan komunikasi. Bagaimana seorang Humas merancang dan menyusun sebuah informasi dan kemudian di komunikasikan serta di mengerti public. Seorang Humas dituntut untuk bisa menciptakan sebuah komunikasi dua arah yang dapat menimbulkan adanya saling pengertian :

Hubungan Masyarakat menurut *British Institute of Public Relation* adalah :

- *“Public Relations practice is deliberate, planned, and sustained effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and its public.”*(Praktek Hubungan Masyarakat adalah upaya sungguh-sungguh, terencana, dan berkesinambungan untuk menciptakan dan membina saling pengertian antar organisasi dan publiknya)

- “*Public Relations activity is management of communications between an organization and publics.*”(Aktivitas hubungan masyarakat adalah manajemen komunikasi antara organisasi dan publiknya)⁹.

Hubungan Masyarakat menurut *Internasional Public Relation Association* (IPRA)¹⁰ adalah :

“Suatu fungsi manajemen yang berlangsung secara terus menerus dan dirancang melalui organisasi-organisasi masyarakat, swasta, lembaga yang berusaha menjalin dan memelihara saling pengertian, simpati, serta dukungan dari siapa saja yang ada kaitannya dengan dirinya melalui informasi, termasuk memperbaiki peraturan-peraturan dan pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk mencapai kerja sama serta pemecahan masalah secara efektif untuk kepentingan bersama”.

Hubungan Masyarakat menurut Prof. Byron Christian mengatakan¹¹, bahwa :

Humas adalah suatu usaha yang sadar untuk mempengaruhi orang terutama melalui komunikasi, guna berpikir baik terhadap suatu organisasi, menghargainya, mendukungnya dan ikut simpati bersamanya jika mendapat tantangan dan kesukaran.

⁹ Rosady Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*, Jakarta, Raja Grafindo Persada, 1997, hal 16

¹⁰ Hamdan Adnan, Hapied Cangara, *Prinsip-Prinsip Hubungan Masyarakat*, (Surabaya, Usaha Nasional, 1996), hal 17

¹¹ Byron Christian, *Public Relations*, (New York, McGraw-Hill, 1968), hal 10

Menurut Betran R. Canfield dalam bukunya¹² : *Public Relations, Principles Cases and Problem*, R.D. Irwin Illionis (1956) halaman 19, Mengatakan, bahwa Hubungan masyarakat adalah suatu filsafah management yang memberikan prioritas pertama kepada kepentingan masyarakat di dalam setiap keputusan dan tindakan.

Sementara itu menurut Edward L. Bernays (*Public Relations University of Oklahoma Press*), hubungan masyarakat memiliki tiga pengertian yaitu :

1. Memberi pengertian kepada masyarakat.
2. Pembujukan langsung terhadap masyarakat guna mengubah sikap dan tindakan.
3. Usaha-usaha mengintegrasikan sikap dan tindakan dari permasalahan dengan masyarakat dan dari masyarakat terhadap permasalahannya.¹³

Pendapat lain oleh Scott M. Cutlip and Allen H. Centre (1971) dalam bukunya yang berjudul *Effective Public relations*¹⁴, mengungkapkan bahwa Humas adalah fungsi manajemen yang menilai sikap public, mengidentifikasi sikap public, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara organisasi demi kepentingan publiknya, serta merencanakan suatu program kegiatan dan komunikasi untuk memperoleh pengertian dan dukungan publiknya.

Sedangkan pengertian public sendiri adalah sekelompok orang-orang yang sama-sama terikat oleh suatu kepentingan yang sama dan mempunyai perasaan yang sama. Demikian dinyatakan oleh Cultip dan Center dalam bukunya *Effective Public Relations*.

¹² ibid, hal 19

¹³Rahmadi F.1996, *Public Relation dalam Teori dan Praktek*, (Gramedia, Jakarta,1996) hal 19

Pengertian public dalam public relations ialah kelompok yang harus senantiasa dihubungi dan diperhatikan. Di dalam kegiatan public relations ada dua macam public (khalayak) yang menjadi tujuan¹⁵, yaitu :

A. Publik Intern

Yang dimaksudkan dengan public intern adalah public yang menjadi bagian dari unit analisa/badan/perusahaan itu sendiri. Di dalam Humas industri atau perusahaan, public intern ini umumnya adalah buruh atau pegawai yang bekerja serta pejabat mengambil keputusan di dalam industri atau perusahaan itu, termasuk para pemegang saham.

Di dalam instansi pemerintahan, public intern ini adalah para pegawai/karyawan instansi tersebut, termasuk juga para pejabat pengambil keputusan.

Menurut Griswold¹⁶, mencapai karyawan yang mempunyai kegairahan adalah tujuan public intern. Ini dapat diciptakan bila pimpinan memperhatikan kepentingan-kepentingan para pegawai baik ditinjau dari segi ekonomi, sosial, maupun psikologis. Kesejahteraan seperti kesehatan dan tempat bekerja para karyawan dapat mempengaruhi kelancaran aktivitas dalam badan itu.

Di dalam usaha-usaha untuk menciptakan suasana yang menyenangkan dalam badan itu dan bagi keuntungan badan itu, komunikasi yang bersifat "two way communication" penting sekali dan mutlak harus ada yaitu komunikasi antara pimpinan dengan bawahan dan antara bawahan dengan pimpinan, yang

¹⁵ F. Rachmadi, *Public Relations dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 1992), hal

merupakan “feed back” yang berdasarkan pada “good human relations” sesuai dengan prinsip semua public relations.

Sebagai garis besarnya dapat disimpulkan sebagai berikut¹⁷ :

Internal Publik meliputi :

1. Hubungan dengan karyawan (*Employee relations*)

Menurut ahli public relations Archibald William, mengatakan bahwa “Employee relations” merupakan suatu kekuatan yang hidup dan dinamis yang dibina dan diabadikan dalam hubungan dengan perorangan sehari-hari. Jadi public relations officer harus mengetahui dan memahami tentang segala sesuatu yang ada hubungannya dengan kepentingan atau kebutuhan para karyawan sebagai individu dan sebagai anggota kelompok, dan kepentingan instansi/lembaga. Sehingga perlu adanya komunikasi langsung dengan para karyawan, juga hubungan secara pribadi atau personal contact antara pimpinan dan yang dipimpin.

2. Hubungan dengan pemegang saham (*Stockholder relations*)

Dalam hubungan dengan modal, pemegang saham tidak dapat di kesampingkan dari pemikiran seorang manager dalam usahanya membina dan memajukan perusahaannya. Hal tersebut adalah kewajibannya untuk selalu mengadakan hubungan yang baik dengan para pemegang saham itu. Komunikasi dengan mereka (pemegang saham) dapat dilakukan oleh public relation officer (PRO), sebagai tugas yang sudah terbiasa dalam bidang itu.

¹⁷ Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, M.A., *Human Relations dan Public Relations Dalam Manajemen*

Komunikasi dengan para pemegang saham dapat dilakukan dengan berbagai cara, di antaranya :

1. Menyatakan selamat kepada pemegang saham yang baru.
2. Memberikan laporan.
3. Mengirimkan majalah organisasi.
4. Mengadakan pertemuan.

Publik Intern yang baik adalah yang memperlakukan tiap karyawan dengan sikap yang sama, tanpa membeda-bedakan tingkat, pendidikan, dan lain-lain. Tapi-bertindak adil, tidak memihak sesuatu golongan, jujur dan bijaksana. Salah satu usaha public intern yang dapat menunjukkan perhatian terhadap kemajuan atau kepentingan karyawan, di antaranya mengadakan upgrading atau memberikan kesempatan pada mereka untuk mengikuti pendidikan lainnya yang secara psikologis dapat menaikkan martabat mereka (karyawan).

B. Publik Ekstern

Yang di maksud dengan public ekstern adalah “orang luar” atau public umum (masyarakat) dimana industri atau usaha itu berada. Yang harus di beri penerangan atau informasi, demi tumbuhnya *goodwill* dari mereka. Dalam kegiatan Humas pemerintahan, atau penerangan pemerintah, maka public atau khalayak ekstern adalah rakyat atau masyarakat secara keseluruhan. Kunci suksesnya suatu komunikasi dalam hal ini adalah ...

pada prinsip pelaksanaan komunikasi yang efektif. Komunikasi yang diselenggarakan public ekstern harus timbal-balik juga.

Sebagai garis besarnya dapat disimpulkan sebagai berikut¹⁸ :

Eksternal Publik meliputi :

1. *Community Relations*

Mengatur dan memelihara hubungan dengan masyarakat sekitar

2. *Government Relations*

Mengatur dan memelihara hubungan baik dengan pemerintah, baik pemerintah pusat maupun daerah, lembaga atau instansi resmi yang berhubungan dengan kegiatan.

3. *Pers Relations*

Mengatur dan memelihara hubungan dengan pers umumnya dengan mass media seperti pers, radio, film dan televisi yang utama adalah pers.

4. *Customer Relations*

Mengatur dan memelihara hubungan dengan para pelanggan, sehingga hubungan itu selalu dalam situasi bahwa langganannya yang sangat membutuhkan, bukan sebaliknya.

b. *Press release*

Dalam menyiapkan *press release* hendaknya diperhatikan soal-soal teknis mengenai penyusunan dan pengertian "*message*" (text sambutan, laporan hasil wawancara, rapat, kejadian-kejadian, dan lain-lain) dan distribusinya. Formula "*who, what, why*" tidak boleh dilupakan dalam penyajian *press release*.

c. *Press relations*

Penting sekali dalam public relations bagi seorang *public relations officer* untuk mempunyai hubungan yang baik dengan para pemimpin atau wakil surat kabar, majalah, columnist-columnist, penulis-penulis feature, pemimpin radio dan televisi dan sebagainya. Seorang PRO harus melakukan semua media sama. Perlakuan yang berdasarkan "*like an dislike*" dalam memberikan keterangan-keterangan dapat menimbulkan adanya berita-berita/tulisan-tulisan yang tidak "*accurate*", bahkan berita-berita yang tidak benar tentang badan/instansi itu, yang mungkin dapat membawa kerugian kepadanya.

d. *Press conference and press briefings*

Press conference hanya diselenggarakan bila ada peristiwa-peristiwa penting saja disuatu instansi/badan. Instansi dapat mengadakan *press conference* atas inisiatifnya sendiri atau atas permintaan wakil-wakil pers sendiri. Misalnya, karena pihak pers menganggap sesuatu hal sangat memerlukan penjelasan-

penjelasan. Keterangan-keterangan di dalam pers konferensi biasanya diberikan oleh pemimpin instansi.

Press briefing dapat diselenggarakan secara regular oleh *public relations officer*. Pada kesempatan ini informasi-informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang baru terjadi disampaikan pada para wakil media dan pertanyaan-pertanyaan pun dapat diajukan bila para wartawan itu belum merasa puas dan menginginkan keterangan-keterangan yang mendetail.

e. *Publicity*

Pada hakekatnya *publicity* adalah "*news*" (berita) yang ditulis dalam surat-surat kabar atau majalah-majalah atau yang disiarkan melalui radio atau televisi, yang penuh dengan "*human interest*" dan menarik perhatian public mengenai kegiatan-kegiatan.

f. Radio dan Televisi

Dari semua media yang ada pada dewasa ini mungkin radio merupakan channel informasi dan komunikasi yang paling efektif karena televisi masih belum tersebar luas di seluruh pelosok dunia. Sedangkan medium tertulis/tercetak yang berupa surat-surat kabar, majalah-majalah, brosur-brosur, dan sebagainya masih belum dapat dimanfaatkan oleh sebagian penduduk dunia ini karena masalah "*illiteracy*" (buta huruf) masih belum dapat diatasi. Dengan radio dan transistor yang ada pada dewasa ini sangat populer dikalangan public yang tinggal jauh dari kota-kota merupakan satu-

untuk menyampaikan informasi, pendidikan dan hiburan tanpa mengenal jarak dan "illiteracy".

g. Film

Ini dapat berupa film dokumentasi, hiburan, yang berisi informasi-informasi, pendidikan dan sebagainya. Pada dewasa ini film banyak digunakan dalam public relations.

h. Media komunikasi dan informasi lainnya

Selain dengan menggunakan media yang telah dikemukakan diatas, masih banyak cara-cara lain untuk menyebarkan sesuatu informasi dan mengadakan hubungan dengan public. Diantaranya dengan menggunakan kartu pos bergambar, kalender, telepon, memberikan sambutan-sambutan, ceramah-ceramah, mengadakan kunjungan-kunjungan, dan sebagainya.

Hubungan-hubungan tersebut harus dipelihara dan dibina agar dengan khalayak tersebut dapat tercipta hubungan harmonis sehingga khalayak menilai positif terhadap lembaga yang bersangkutan. Perencanaan media memegang peranan penting dalam mensukseskan upaya peran humas, lebih-lebih bila dilihat populasi jangkauan humas yang sangat luas dan banyak jumlahnya. Berkomunikasi dengan public, suatu badan

a. The Printed Word (Kata-kata tercetak)

- *Majalah*

Penerbitan majalah-majalah ini diperuntukan bagi para pegawai dan keluarga (Internal Publik), public keseluruhan yaitu orang-orang yang menaruh minat dan mempunyai kepentingan langsung atau tidak langsung dengan instansi yang bersangkutan, untuk public khusus (orang-orang terkemuka di masyarakat dan pimpinan-pimpinan instansi). Mengenai isi majalah harus sesuai dengan kepentingan dan kesenangan para pembaca, harus berdasarkan apa yang patut diketahui oleh para pembaca. Misalnya berita-berita yang bersangkutan, apa tujuan, dan lain-lain.

- *Booklets dan Pamphlets*

Tujuannya ialah digunakan sebagai pedoman mengenai peraturan-peraturan, memberikan dorongan pada para pembaca untuk mewujudkan "a team spirit" dan sebagainya.

- *Surat-surat dan Bulletin*

Surat-surat digunakan untuk menghubungi public tertentu secara langsung misalnya pegawai atau anggota panitia pengumpulan dana. Biasanya isi dari surat-surat/bulletin itu mengenai laporan rapat, kesejahteraan pegawai, undangan-undangan untuk pertemuan, dan sebagainya.

- *Papan pengumuman, Poster, Papan reklame*

Papan pengumuman banyak digunakan dikampus-kampus, instansi-instansi dan pabrik-pabrik. Berita-berita mengenai kejadian sehari-hari yang ada hubungan dengan instansi yang bersangkutan, ditambah foto-foto, pengumuman-pengumuman, dan lain-lain yang ditempelkan pada papan pengumuman dengan mudah dapat diketahui dan dibaca oleh orang-orang yang bersangkutan. Maksud dan tujuan menggunakan papan pengumuman ialah agar semua informasi dengan segera dapat sampai ke publik dan untuk menjaga kesimpang siuran informasi. Poster-poster dapat ditempatkan pada tembok-tembok disekitar instansi, kampus dan pabrik-pabrik. Poster-poster harus mempunyai tema. Oleh karena poster merupakan "*message*" pada public, kata-kata atau kalimat yang tertulis pada poster itu harus mengandung arti yang tidak mudah dapat dilupakan oleh orang-orang yang melihatnya. Papan reklame merupakan alat yang efisien dalam Humas. Papan reklame dapat ditemui dibatas-batas kota.

- *Iklan*

Didalam Humas iklan banyak digunakan baik di dalam surat-surat kabar, majalah, maupun radio, televisi dan bioskop(*slide*). Informasi atau "*message*" yang disampaikan dengan menggunakan iklan dapat dijamin, bahwa tiap kalimat dan tiap kata yang disampaikan komunikator pada public tidak akan berubah. Iklan membantu instansi/lembaga, dan

perusahaan dalam mempromosikan barang-barang mereka.

b. The Spoke Word (Kata-kata lisan)

- *The Grapevine*

Cara penyampaian “*message*” dari mulut kemulut. Ini bukan media formil, tapi isi komunikasi dapat terscbar ke mana-mana. *Grapevine* merupakan channel yang di dalam penyampaian informasinya lebih bersifat “*exciting*” (penuh kegairahan) dari pada bersifat “*truth*” (kebenaran).

- *The Image*

Ini meliputi film dan slides, keuntungan media ini adalah terdapat kombinasi yang berfaedah bagi public, menarik perhatian khusus selama film itu berjalan, dapat memberikan pengertian dengan jelas, dan terkesan.

- *Televisi*

Media ini dapat digunakan untuk pendidikan, penerangan dan sebagai hiburan.

- Pameran

Dalam menyelenggarakan pameran harus diperhatikan agar para pengunjung merasa tertarik untuk memperhatikan tiap display, pameran merupakan suatu dorongan bagi para pengunjung untuk mengadakan kegiatan, pameran memamerkan hal-hal yang baru dengan cara istimewa, dan memberikan ide baru.

- *Openhouse*

Openhouse ialah, bila suatu badan atau seseorang mengundang public tertentu untuk mempersilahkan mereka meninjau keadaan atau kegiatan-kegiatan yang diselenggarakannya. Misalnya melihat-lihat pabrik, bangunan baru, dan lain-lain.

- *Komunikasi Tradisional*

Dengan media ini komunikator dapat menyampaikan suatu "message" kepada public tentang keadaan masyarakat dengan cara-cara humoritis, kritis, sindiran, dan lain-lain. Media ini dapat digunakan dalam usaha-usaha penerangan, pendidikan dan persuasi. Dalam pelaksanaannya harus disesuaikan dengan keadaan, tempat, dan public.

- *Pers*

Kewajaran dan kejujuran dapat melahirkan hubungan yang baik dengan pers atau dengan siapapun, tidak bijaksana menyembunyikan sesuatu fakta terhadap pers, tapi berikan kepercayaan padanya tentang apa yang bisa diumumkan dan yang tidak, yang dapat merugikan kepentingan umum.

Dari defenisi diatas dapat diterapkan bahwa kegiatan komunikasi terdapat reaksi, tanggapan atau respon dari pihak penerima yang terkena terapan informasi, yaitu yang ditandai dengan adanya feedback atau umpan balik dari pihak penerima atau bisa juga disebut dengan komunikasi, yang mana hal ini bertujuan untuk memperoleh pengertian

untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara badan usaha atau organisasi atau perusahaan dengan publiknya. Sehingga dapat menimbulkan opini public yang baik, yang akan menguntungkan bagi kelangsungan hidup dari perusahaan atau organisasi atau lembaga.

Kesimpulan yang dapat diambil dari pendapat-pendapat diatas yaitu bahwa public relations adalah semua kegiatan yang dilakukan oleh suatu lembaga, organisasi, atau perusahaan melalui petugas Publik Relations dalam rangka mengorganisasikan dan mengkomunikasikan segala sesuatu guna mencapai saling pengertian yang lebih baik antara lembaga, organisasi, atau perusahaan dengan public yang dituju baik intern maupun public ekstern dengan orientasi menciptakan opini yang baik.

Publik Relation mempunyai fungsi timbal balik yaitu kedalam dan keluar. Kedalam, *Publik Relation* berfungsi membangun dan membina iklim kerja yang baik terhadap orang yang duduk dalam struktur pemerintah, wajib menyerap reaksi, aspirasi. Opini khalayak tersebut yang diserasikan demi kepentingan lembaga dan tujuan bersama, serta berusaha mengenali, mengidentifikasi hal-hal yang dapat menimbulkan gambaran yang negative didalam masyarakat sebalum kebijakan di jalankan. Sedangkan keluar berfungsi sebagai mengupayakan tumbuhnya sikap dan opini public yang baik

Menurut Jefferson terdapat dua fungsi pokok *Publik Relation*, yaitu :

1. Sebagai alat untuk memahami sikap public dan mengetahui apa yang harus dan apa yang tidak boleh dilakukan oleh instansi/lembaga dalam mengubah sikap public.
2. Sebagai suatu program aksi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.²²

Adapun tugas Publik Relations di dalam lembaga/instansi, dan perusahaan menurut Rachmadi²³ adalah :

1. Menyelenggarakan serta bertanggung jawab atas penyampaian informasi atau pesan secara lisan, tertulis, atau melalui visual (gambar) kepada public, sehingga public akan mempunyai pengertian yang benar tentang perusahaan, serta tujuan kegiatan yang bersangkutan diadakan.
2. Memonitor, merekam, dan mengevaluasi respon, serta pendapat umum atau masyarakat.
3. Mempelajari dan melakukan analisis reaksi public terhadap kebijakan perusahaan, baik yang diterima public.
4. Mengadakan hubungan yang baik dengan masyarakat dan media massa untuk memperoleh kepercayaan public, public opinion dan perubahan sikap.

Setiap Publik Relation di instansi pemerintah mempunyai tugas yang sama dengan tugas Publik Relation pada umumnya. Menurut Dimock dan Koenig pada umumnya fungsi Publik Relation pada instansi pemerintah²⁴ yaitu :

1. Upaya memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang pelayanan masyarakat, kebijakan serta tujuan yang akan dicapai oleh pemerintah dalam melaksanakan program kerja tersebut.
2. Mampu untuk menanamkan keyakinan dan kepercayaan serta mengajak masyarakat dalam partisipasinya atau ikut serta pelaksanaan program pembangunan di berbagai bidang, sosial, budaya, ekonomi, politik, serta menjaga stabilitas dan keamanan nasional.
3. Kejujuran dalam pelayanan dan pengabdian dari aparatur pemerintah yang bersnagkutan perlu dipelihara atau dipertahankan dalam melaksanakan tugas serta kewajibannya masing-masing.

Tujuan *Publik Relation* menurut Ruslan²⁵ adalah :

“Mengembangkan atau membangun hubungan baik, tidak hanya dengan pihak pers, tapi dengan berbagai pihak luar atau kalangan yang terkait (*external relations*)”.

Hubungan dengan fungsi *Publik Relations* adalah membentuk *goodwill*, toleransi (*tolerance*), saling kerjasama (*mutual understanding*) dan saling menghargai (*mutual appreciations*) serta yang penting mendapat opini public yang *favourable*, citra yang tepat berdasarkan hubungan baik dan harmonis baik hubungan kedalam maupun keluar. Sedangkan hubungan strategisnya adalah untuk mencegah timbal balik konflik serta meredakan atau menghilangkan.

²⁴ Rosady Ruslan, *Kampanye Publik Relation, Kiat dan Strategi*, Rajawali Pers, Jakarta, hal 40

²⁵ Ruslan Rosady, *Praktek dan Solusi Publik Relation dalam Situasi Krisi dan Pemulihan Citra* (Ghalia, Indonesia, 1995) hal 39

Adapun perbedaan pokok antara fungsi dan tugas Humas yang terdapat di instansi pemerintah dan non pemerintah (lembaga komersial) yaitu tidak ada sesuatu yang terjual belikan (aspek komersial), walaupun Humas pemerintah juga melakukan hal yang sama dalam kegiatan publikasi, promosi dan periklanan. Tetapi lebih menekankan pada public service atau demi meningkatkan pelayanan umumnya.

Melalui unit atau program kerja humas tersebut, pemerintah dapat menyampaikan informasinya atau menjelaskan mengenai kebijaksanaan dan tindakan-tindakan tertentu serta aktivitas dalam melaksanakan tugas-tugas atau kewajiban-kewajiban ke pemerintahannya. Menurut Jonh D. Millet dalam bukunya *Management in Publik Service the Quest for Effective Performance*, yang artinya humas/public relations dalam dinas instansi/lembaga pemerintahan terdapat beberapa hal untuk melaksanakan tugas utamanya²⁶, yaitu :

1. Mengamati dan mempelajari tentang hasrat, keinginan-keinginan dan aspirasi yang terdapat dalam masyarakat (*learning about public desires and aspiration*).
2. Kegiatan memberikan nasihat atau sumbang saran menanggapi apa sebaiknya dilakukan oleh instansi/lembaga pemerintah seperti yang dikehendaki oleh pihak publiknya (*advising the public about what is should desire*).
3. Kemampuan untuk mengusahakan terjadinya hubungan yang memuaskan yang diperoleh antara hubungan public dengan aparat pemerintahan (*ensuring satisfactory contact between public and government official*).

²⁶ Menurut Jonh D. Millet, *Management in Publik Service the Quest for Effective Performance*, hal. 110.

4. Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga/instansi pemerintahan yang bersangkutan (*informing and about what an agency is doing*).

Keberadaan unit kehumasan disebuah lembaga atau instansi milik pemerintah merupakan keharusan secara fungsional dan operasional dalam upaya menyebarluaskan atau untuk mempublikasikan tentang suatu kegiatan atau aktivitas instansi bersangkutan yang ditujukan baik untuk hubungan masyarakat kedalam, maupun kepada masyarakat luar pada umumnya. Humas dapat merupakan suatu alat atau saluran untuk memperlancar jalannya interaksi dan penyebaran informasi mengenai publikasi pembangunan nasional melalui kerjasama dengan pihak pers, media cetak atau elektronik dan hingga menggunakan media tradisional lainnya.

Bahwa humas yang tugas pokoknya adalah bertindak sebagai komunikator, untuk membantu mencapai tujuan dan sasaran bagi instansi/lembaga pemerintahan bersangkutan dan hingga menciptakan citra serta opini masyarakat yang menguntungkan. Secara garis besar humas mempunyai peran ganda : yaitu fungsi keluar berupaya memberikan informasi atau pesan-pesan sesuai dengan tujuan dan kebijaksanaan instansi/lembaga kepada masyarakat sebagai khalayak sasaran, sedangkan kedalam wajib menyerap reaksi, aspirasi atau opini khalayak tersebut diserasikan demi kepentingan instansinya atau tujuan bersama.

Fungsi pokok humas pemerintah Indonesia pada dasarnya, antara lain²⁷ :

1. Mengamankan kebijaksanaan pemerintah.
2. Memberikan pelayanan, dan menyebarluaskan pesan atau informasi mengenai kebijaksanaan dan hingga program-program kerja secara nasional kepada masyarakat.
3. Menjadi komunikator dan sekaligus sebagai mediator yang proaktif dalam menjembatani kepentingan instansi pemerintah disatu pihak, dan menampung aspirasi, serta memperhatikan keinginan-keinginan publiknya di lain pihak.
4. Berperan serta dalam menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis demi mengamankan stabilitas dan keamanan politik pembangunan nasional, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Berdasarkan uraian diatas tentang peran dan fungsi humas di pemerintah tersebut, agar dapat benar-benar dilaksanakan dan dijalankan sesuai dengan tugas dan fungsinya. Dan keberadaan humas pun akan membantu instansi/lembaga pemerintah sebaiknya dengan memperoleh opini yang baik di mata public.

²⁷ *Prinsip dan Metode Komunikasi Humas dan Manajemen Komunikasi Publik*, Edisi Kedua, Bandung, 1997

3. Pemerintah Daerah

Menurut Marium menjelaskan pengertian pemerintah dan pemerintahan sebagai berikut :

- a. Istilah Pemerintahan menunjukkan pada bidang atau di lapangan fungsi, bidang tugas dan pekerjaan.
- b. Istilah Pemerintah menunjukan pada badan, organisasi atau alat perlengkapan yang menjelaskan fungsi itu.²⁸

Selanjutnya ia menjelaskan tentang pengertian pemerintahan dalam arti luas dan arti sempit sebagai berikut :

- a. Pemerintahan dalam arti luas adalah segala sesuatu tugas kewenangan/kekuasaan negara yang mengikuti pembidangan dari teori montesquid yang meliputi bidang eksekutif, legislative dan yudikatif.
- b. Pemerintahan dalam arti sempit diartikan sebagai tugas atau kewenangan/kekuasaan dalam eksekutif saja.²⁹

Dalam hal ini penyusun menekankan topik pembahasan pada pemerintah daerah saja, dalam mengurus segala aktivitas administrasi dan juga pembangunan daerah sebagai kepanjangan tangan dari kewenangan pemerintah pusat. Karena aktivitas tersebut tidak mungkin dilaksanakan secara sentralistis. Dengan demikian pemerintah lokal yang amat berperan dalam penyelenggaraan pemerintah dan melaksanakan aktivitas-aktivitas yang tidak mampu ditangani oleh pemerintah pusat, karena keberadaannya lebih dekat dan dapat secara langsung berhubungan dengan masyarakat.

Pemerintah daerah atau pemerintah setempat tidak berstatus sebagai negara tetapi merupakan bagian dari negara. Oleh karenanya pemerintah lokal ini tidak mempunyai undang-undang dasar, namun demikian pemerintah lokal ini menyelenggarakan kegiatan-kegiatannya dengan ketentuan-ketentuan yang disubkoordinasikan kepada pemerintah nasional.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan tentang pengertian pemerintahan yang dibentuk dalam wilayah negara sebagai akibat diterapkannya asas atau system desentralisasi dalam penyelenggaraan unsur pemerintahan. Selanjutnya pemerintah daerah merupakan aparatur atau organisasi yang berwenang berhak dan berkewajiban mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri.

Dalam hubungannya dengan konsep organisasi. Maka pemerintah baik pemerintah nasional maupun pemerintah daerah menurut marium dimasukkan sebagai organisasi . Beliau menjelaskan bahwa yang termasuk unsur-unsur organisasi antara lain adalah :³⁰

- a. Kelompok manusia yang mempunyai tujuan bersama.
- b. Hanya dapat diselenggarakan dengan kerjasama.
- c. Atau, usaha bersama agar anggota kelompok itu dapat bekerjasama.
- d. Dengan, pembagian kerja di bawah suatu pimpinan.

Oleh karena itu apabila dikaitkan dengan istilah pemerintah maka dapat dikatakan bahwa organisasi pemerintah daerah ialah kegiatan dari sekelompok manusia

yang bekerjasama dan merupakan aparatur pemerintah/organisasi yang dibentuk

kewenangan, hak atau kewajiban untuk mengatur dan mengasumsi urusan-urusan rumah tangganya sendiri dengan pembagian kerja di bawah pemerintah pusat.

4. Era Reformasi

Era bisa diartikan sebagai masa atau zaman. Sedangkan reformasi dalam kamus politik adalah perubahan untuk memperbaiki masalah-masalah sosial, politik, dan agama yang terjadi dalam suatu masyarakat atau Negara.³¹

Gerakan reformasi yang berhasil menjatuhkan kekuasaan Suharto ditulangi oleh gerakan mahasiswa. Mereka terpanggil melakukan demonstrasi untuk menyuarakan keprihatinan atas krisis yang terjadi dan menuntut reformasi di segala bidang. Gerakan mahasiswa relatif lebih dipercaya oleh masyarakat pada saat, ketika masyarakat tidak lagi percaya kepada pemerintah beserta institusi-institusinya. Hal ini barangkali karena mahasiswa sebagai kelompok intelektual tidak memiliki kepentingan, sehingga mampu tampil sebagai “perantara perubahan” (agent of change).

Hakikat gerakan reformasi adalah menggugat keberadaan rejim Orde Baru yang berkuasa lebih dari tiga dasawarsa. Dengan jargon KKN (Kolusi, Korupsi, dan nepotisme). Gerakan reformasi berhasil menumbangkan rejim tersebut. Rejim ini memang benar-benar perkasa, karena itu meskipun para elitnya telah tersingkirkan namun, sebagian dari jaringan masih belum terputus. Karena itu tidak mengherankan apabila pada saat itu mereka masih mampu memberikan respon terhadap gugatan

³¹ M. H. ...

gerakan reformasi. Respon itu terus surut bersamaan dengan reposisi peran TNI dan Polri yang mengembangkan paradigma tidak lagi berperan aktif dalam sosial politik.

5. Pemerintah Daerah di Era Reformasi

Menurut B.N.Marbun, SH menjelaskan pengertian dari Reformasi adalah :

Adanya suatu keinginan untuk melakukan perubahan untuk memperbaiki masalah-masalah sosial, politik, atau agama yang terjadi dalam suatu masyarakat atau negara.³²

Sejak Kemerdekaan 17 Agustus 1945 hingga sekarang lembaga, legislative daerah telah mengalami perkembangan yang cukup menarik perhatian baik dilihat dari segi hukum maupun praktek legislative daerah itu sendiri sejak pemerintah RI beberapa UU tentang Pemda Telah di tetapkan dan berlaku silih berganti. Ini di maksudkan untuk mencari bentuk dan susunan pemerintahan yang sesuai dengan situasi dan kondisi yang lebih cocok dan memenuhi harapan, serta sesuai dengan tuntutan pembangunan.

UU No.22 tahun 1999 lahir pada masa transisi di bawah pemerintah BJ Habibie. Kelahirannya tidak dapat terlepas dari tuntutan dan otonomi daerah digunakan dalam praktek pengelolaan pemerintah sendiri. Otonomi daerah secara utuh ditempatkan di daerah kabupaten dan di daerah kota. Kedua daerah ini dibentuk berdasarkan azas desentralisasi dan kemudian berkedudukan sebagai daerah otonom yang mempunyai kewenangan dan keleluasan untuk membentuk dan melaksanakan kebijakan menurut

³² Marbun, B.N. SH, *Konsep Politik, Dialektika Sistem Hukum*, Jakarta, 1992

prakarsa dan aspirasi masyarakat, sementara itu daerah propinsi tingkat I diberi kedudukan sebagai daerah otonom dan sekaligus sebagai wilayah administrasi yang melaksanakan kewenangan pemerintah pusat yang didelegasikan kepada Gubernur. Ini berarti daerah ini dibentuk berdasarkan asas desentralisasi dan dekosentrasi. Satu catatan dalam hal ini adalah bahwa antara daerah propinsi, daerah kabupaten dan daerah otonom berdiri sejajar dan terpisah, dengan demikian tidak ada hubungan komando (atasan-bawahan) diantara mereka.

Sehingga pada era reformasi ini, pemerintah daerah berusaha melakukan perubahan-perubahan untuk memperbaiki masalah-masalah sosial, politik, atau agama yang terjadi dalam suatu masyarakat atau negaranya sendiri. Mengenai gerakan reformasi di Indonesia sasarannya lebih kepada menginginkan perubahan mendasar sampai ke akar-akarnya untuk perbaikan di segala bidang. Dan perubahan ini juga harus terjadi di pemerintah daerah yang akan mampu meningkatkan kualitas atau mutu daerahnya sendiri.

Pada era reformasi ini, Kantor Humas dan Informasi sudah menjalankan sebagian besar dari tugas-tugasnya, untuk mendukung pemerintah daerah kabupaten Bantul menciptakan pemerintah yang good governance, baik melalui program kebijakan yang telah, sedang dan akan dilaksanakan. Dengan adanya beberapa kegiatan-kegiatan, kerjasama dengan beberapa kelompok masyarakat dan juga kerjasama-kerjasama antar dinas/instansi yang sudah berjalan dengan baik. Sehingga di era reformasi ini pemerintah daerah berusaha untuk melakukan perubahan, yang sudah berjalan dengan optimal.

F. DEFENISI KONSEPSIONAL

Yang dimaksud dengan konseptional adalah suatu usaha untuk menjelaskan mengenai pembatasan mengenai pengertian konsep satu dengan yang lainnya agar tidak terjadi kesalahpahaman. Defenisi konseptional yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam rangka upaya untuk mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal tidak melanggar hukum dan sesuai dengan etika.
2. Hubungan Masyarakat (*HUMAS/Public Relation*) adalah sebagai suatu kegiatan untuk menambahkan dan memperoleh pengertian, goodwill, kepercayaan, penghargaan dari public sesuatu badan khususnya dan masyarakat pada umumnya.
3. Pemerintah Daerah adalah pemerintah yang dibentuk dalam wilayah negara sebagai akibat diterapkannya asas atau system desentralisasi dalam penyelenggaraan unsur pemerintahan. Selanjutnya Pemerintah Daerah merupakan aparatur atau organisasi yang berwenang berhak dan berkewajiban mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri.
4. Era reformasi adalah era yang mana mampu menggugat dan menumbangkan orde baru yang sudah menyebabkan terjadinya krisis disegala bidang. Dan alat perantara untuk menyuarakan perubahan ini adalah mahasiswa yang memiliki intelektual tinggi dan di percaya oleh masyarakat. Sehingga orde baru tersebut di ganti menjadi reformasi (era reformasi) yang nantinya mampu dan sanggup untuk

melakukan perubahan. Oleh karena itu era reformasi bisa dikatakan masa atau zaman yang melakukan perubahan untuk memperbaiki masalah-masalah sosial, politik, atau agama yang terjadi dalam suatu masyarakat atau negara.

5. Pemerintah Daerah di Era Reformasi adalah Pemerintah yang terlahir pada masa transisi yang tidak terlepas dari tuntutan adanya otonomi daerah UU No: 22 Tahun 1999, yang digunakan dalam praktek pengelolaan pemerintah sendiri. Dan Pemerintah Daerah yang memiliki wewenang untuk mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri, dan di era reformasi ini, adanya suatu keinginan pemerintah daerah untuk melakukan perubahan dalam memperbaiki masalah-masalah sosial, politik, atau agama yang terjadi dalam suatu masyarakat atau Negaranya sendiri.

G. DEFENISI OPERASIONAL

Kinerja yang diukur oleh suatu organisasi dapat dilihat dari beberapa aspek sebagai berikut :

A. Aspek Produktifitas

Aspek ini berkaitan dengan perbandingan antara masukan (input) dan keluaran (output) suatu organisasi. Dan aspek ini dapat diukur dari indikator sebagai berikut :

1. Peningkatan produktifitas kinerja.
2. Terealisasinya kegiatan.
3. Hasil sesuai dengan target

4. Manfaat sesuai dengan tujuan.

B. Aspek Kualitas Pelayanan

Aspek ini dapat dilihat atau diukur dengan indikator efektivitas dan kemampuan sebagai berikut :

1. Kecepatan pelayanan Humas kabupaten Bantul, propinsi DIY terhadap masyarakat.
2. Kemudahan dalam mengurus kepentingan.
3. Pelayanan tanpa memandang status sosial masyarakat.
4. Pelayanan yang tepat terhadap masyarakat.

C. Aspek Responsivitas

Indikator tanggapan pada aspek ini adalah sebagai berikut :

1. Daya tanggap para pengelola organisasi terhadap kritik.
2. Kemampuan organisasi cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan masyarakat.
3. Membantu menerima keluhan.

D. Aspek Responsibilitas

Aspek ini dapat diukur dengan indikator sebagai berikut :

1. Disiplin pengurus dalam mentaati waktu/jam kerja.
2. Pengetahuan karyawan dalam hal informasi dan komunikasi.
3. Kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan.
4. Kesopanan pegawai.
5. Pelayanan yang ramah..

E. Aspek Profesionalisme

Hal ini dapat diukur dengan indikator sebagai berikut :

1. Tingkat pendidikan karyawan/pegawai.
2. Pengalaman dan keahlian karyawan/pegawai.
3. Kemampuan dalam bekerja sama.
4. Disiplin pegawai.

F. Aspek Akuntabilitas

Aspek ini diukur dengan indikator tanggung jawab terhadap kegiatannya yaitu :

1. Keterbukaan.
2. Bentuk Pertanggung jawaban pengelola organisasi. Dalam hal ini adalah laporan atau evaluasi kegiatan organisasi.

Dari enam aspek kinerja tersebut, sudah berjalan dengan optimal dari tahun 2001-2004.

H. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini adalah penelitian survey. Penelitian survey merupakan penelitian lapangan, dan bersifat kuantitatif yang dilakukan penulis untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Adapun jenis data yang diperlukan oleh penulis yaitu ; data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data primer yang dilakukan penulis adalah teknik dokumentasi

sedangkan teknik pengumpulan data sekunder yang diperlukan adalah teknik wawancara, dan teknik kuisioner.

2. Lokasi Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini penulis mengambil lokasi dilingkungan kerja Pemerintah Kabupaten Bantul, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun alasan penulis mengambil lokasi di Pem Kab Bantul ini adalah :

1. Sejauh mana pengaturan kinerja kantor humas dan informasi yang bekerja di dalam system pemerintah kabupaten Bantul tersebut.
2. Usaha-usaha kinerja apa yang dapat dilakukan oleh kantor humas dan informasi dalam memberikan pengertian dalam tugas, fungsi dan peranan yang erat kaitannya dengan kegiatan komunikasi kepada masyarakat.

3. Unit Analisis Data

Sesuai dengan permasalahan pada pokok pembahasan permasalahan dalam penelitian ini, maka penyusun akan melakukan kegiatannya yaitu menyusun unit analisisnya pada pihak-pihak yang terkait dan relevan dengan pembahasan yang tepat, untuk dijadikan sumber data dalam menyusun skripsi ini. Dalam hal ini penyusun akan mewawancarai beberapa aparat atau orang yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu :

1. Kepala kantor humas dan informasi.
2. Staf-staf kantor humas dan informasi yang terkait dengan penelitian ini.

3. Masyarakat atau masyarakat lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

Proses analisis data dilakukan sejak data-data diperoleh menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu : wawancara yang dilakukan, dokumentasi, dan questioner. Adapun hal yang akan dilakukan selanjutnya oleh peneliti adalah dengan cara di baca, di pelajari, dan langkah apa yang menjadi kebutuhan peneliti untuk memberikan data yang relevan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dan informasi guna penyelesaian laporan ini penulis menggunakan teknik-teknik sebagai berikut :

a. Wawancara (interview)

Cara pengumpulan data dengan melakukan Tanya jawab dengan responden atau nara sumber, yang ditentukan untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan laporan. Penulis akan melakukan wawancara dengan beberapa staff Humas dan juga Kabid Humas di Pemerintah Kabupaten Bantul, Yogyakarta.

b. Dokumentasi

Dokumentasi juga digunakan penulis dalam melakukan pengumpulan data, disini penulis akan mengambil data-data dari beberapa pustaka yang kiranya berhubungan dengan masalah yang dibahas oleh penulis.

c. Quisioner

Pengumpulan data dilakukan dengan pedoman pada daftar pertanyaan yang telah disiapkan terlebih dahulu dan ditujukan kepada masyarakat Kabupaten Bantul

hususnya dan lingkungan/kecamatan Kertanegara, Kecamatan Kertanegara, Kabupaten Bantul.

yang diajukan adalah berkisar kepada permasalahan kualitas pelayanan dan kinerja kantor humas dan informasi yang dijadikan objek penelitian.

5. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh dari sumber pertama yang berasal dari instansi/lembaga yang berkaitan langsung dengan penelitian. Dalam hal ini data di dapatkan dari Pemerintah Kabupaten Bantul, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

b. Data Sekunder

Yaitu data-data pendukung di dalam penelitian ini. Adapun data yang di peroleh peneliti yaitu berupa wawancara dan quisioner yang dianggap relevan dengan masalah yang diteliti.

6. Teknik Pengambilan Sampel

a. Populasi

Yang dimaksud dengan populasi dari penelitian adalah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan individu yang karakteristiknya hendak diduga. Satuan-satuan atau individu-individu inilah disebut dengan unit analisa³³,dimana populasi yang dipilih adalah masyarakat pengguna jasa

³³Marzuki, *Metodologi Riset RPEE III* Yogyakarta, 1980

pelayanan yang diberikan oleh kantor humas dan informasi, kabupaten Bantul.

b. Sampel

Sampel adalah contoh, representan atau wakil dari suatu populasi yang cukup besar jumlahnya³⁴, yaitu satu bagian dari keseluruhan yang di pilih, dan representatif sifatnya dari keseluruhannya. Tujuan dari pengambilan sampel adalah untuk mengamati sebagian saja dari populasi. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *accidental sampling* yaitu sampel diambil dengan cara mengambil sejumlah responden yang pada saat dilakukan penelitian kebetulan berada ditempat dilakukannya penelitian³⁵.

Banyak ahli riset menyarankan untuk mengambil sampel sebesar 10% dari populasi sebagai aturan besar. Namun bila populasinya sangat besar, maka persentasenya dapat dikurangi³⁶.

Sedangkan menurut Guilford menyatakan bahwa :

“Responden yang diambil harus memenuhi persyaratan minimal 30 elemen responden, dan semakin besar sampel akan memberikan hasil yang lebih akurat”³⁷.

Dari uraian diatas , sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 30 responden pengguna jasa kantor humas dan informasi, kabupaten Bantul.

³⁴ Ibid, 1989

³⁵ Soeratno, Lincolon Arsyad, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta; UPP AMPYKPN,1993) hal 105

³⁶ Saifuddin Azwar, M.A, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta; Pustaka Pelajar, 2001) hal 82

³⁷ J. Guilford, *Development of Thought*, (New York; Holt, 1967) hal 25

7. Analisi Data

Penelitian ini merupakan deskriptif yang bersifat kualitatif. Sesuai dengan sifat penelitian tersebut, maka data dan bahan yang digunakan adalah data yang diperoleh dilapangan untuk kemudian didukung dengan data dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Langkah-langkah dalam pengumpulan data hingga pengambilan keputusan adalah sebagai berikut³⁸:

a. Mengumpulkan informasi atau data yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dilapangan baik primer maupun sekunder. Dalam pengumpulan data, karakteristik sosial ekonomi dan demografi populasi penelitian memiliki peran penting.

b. Memeriksa data yang diperoleh dilapangan

Mengadakan pemeriksaan data yang diperoleh dilapangan disesuaikan dengan tujuan penelitian, sehingga dapat diperoleh hasil akhir yang akurat dari data tersebut.

c. Menyusun klarifikasi informasi dari data yang telah diperoleh

Input ini diproses melalui beberapa tahapan yaitu, pengumpulan informasi, pemrosesan data. Setiap tahapan tersebut dapat mempengaruhi akurasi dan kualitas kesimpulan yang akan di dapat.

d. Mendeskripsikan sekaligus menganalisis dan menginterpretasikan data
Dalam menganalisis data yang didapat tergantung dari jenis informasi dan kategori laporan penelitian. Jenis informasinya bisa berupa deskriptif.

e. Mengambil Kesimpulan

Merupakan tahapan paling akhir, yaitu memberi informasi tentang apa yang telah dilakukan oleh peneliti secara singkat dan padat dari keseluruhan data dan laporan yang diperoleh dari penelitian.

Metode kuantitatif yaitu : metode yang berpangkal pada peristiwa yang dapat diukur secara kuantitatif atau yang dapat dinyatakan dengan angka, indeks, rumus, dan sebagainya³⁹.

Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$P = \frac{F}{n} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Prosentase

F = Frekuensi atau banyaknya jawaban

n = Jumlah responden