

**LAPORAN AKHIR PENELITIAN  
PENELITIAN PENELITI MUDA (LITMUD) UNPAD**

**Penerapan Fungsi Humas Di Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya**

**Oleh:**

**Susie Perbawasari, Dra., M.Si**

**Iim Nuryati, Dra**

**Yanti Setianti, S.Sos., M.Si**

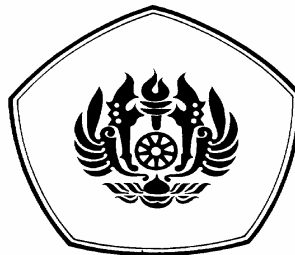
Dibiayai oleh dana DIPA Universitas Padjadjaran

Tahun Anggaran 2008

Nomor SPK No. 400/H6.26/LP/PL/2008

Tanggal 16 April 2008

**LEMBAGA PENELITIAN  
UNIVERSITAS PADJADJARAN**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS PADJADJARAN  
November 2008**

LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN  
LAPORAN AKHIR PENELITIAN PENELITI MUDA (LITMUD) UNPAD  
SUMBER DANA DIPA UNPAD  
TAHUN ANGGARAN 2008

---

- |                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| 1. a. Judul penelitian            | : Penerapan Fungsi Humas Di Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya   |
| b. Macam Penelitian               | : ( ) Dasar ( ) Terapan ( ) Pengembangan                       |
| c. Kategori                       | : I/II/III   |
| <hr/>                             |  |
| 2. Ketua Peneliti                 | :  |
| a. Nama Lengkap dan gelar         | : Susie Perbawasari, Dra., M.Si                                |
| b. Jenis Kelamin                  | : Perempuan  |
| c. Pangkat/GoI/NIP                | : Penata Muda Tk 1/III-b/132 096 022                           |
| d. Jabatan Fungsional             | : Asisten ahli   |
| e. Fakultas/Jurusan               | : Ilmu Komunikasi/Ilmu Humas                                   |
| f. Bidang Ilmu Yang Diteliti      | : Sosial (Komunikasi)  |
| <hr/>                             |  |
| 3. Jumlah Tim Peneliti            | : 3 Orang  |
| <hr/>                             |  |
| 4. Lokasi Penelitian              | : Tasikmalaya  |
| 5. Kerjasama dengan instansi lain | : Tidak  |
| 6. Jangka Waktu                   | : 8 Bulan  |
| <hr/>                             |  |
| 7. Biaya Penelitian               | : Rp. 6.250.000,- (Enam Juta Dua Ratus Lima Puluh Ribu Rupiah) |
| <hr/>                             |  |

Bandung 11 November 2008

Mengetahui :  
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Padjadjaran

Ketua Peneliti

Prof. Dr. H. Deddy Mulyana., M.A.  
NIP 131124003

Susie Perbawasari, Dra., M.Si  
NIP 132096022

Mengetahui  
Plh. Ketua Lembaga Penelitian  
Universitas Padjadjaran

Prof. Dr. Tb. Zulrizka Iskandar, S.Psi., M.Sc  
NIP 130814978

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “ Penerapan Fungsi Humas Di Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya “.

Tujuan penelitian untuk mengetahui Penerapan Fungsi Humas Di Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya

Metode Penelitian yang digunakan ialah survei deskriptif dengan instrumen peneliti sendiri.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan fungsi humas dilaksanakan dengan cukup baik. Humas Pemda Kabupaten Tasikmalaya mengadakan kerjasama dengan berbagai media massa dan ada hambatan yang dihadapi.

Saran dan rekomendasi yang diambil dari hasil penelitian ini harus dipertimbangkan oleh Pemda Kabupaten Tasikmalaya yaitu menambah Sumber Daya Manusia dan fasilitas.

## ABSTRACT

*The Title of this research is “Public Relations Function on Tasikmalaya government”.*

*The goal this research is to Public Relations function on Tasikmalaya Government..*

*The methode used descriptive survey, Instrument of research is researcher.*

*The result of this research shows that Public Relations functions success.Public Relations of Tasikmalaya government do cooperation with mass media and to obstruction*

*Sugestion and recommendation of this research are have to be considered by Public relations Tasikmalaya government such as growth to Man Source and facilities.*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah , segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, hidayah dan karunianya yang tiada ternilai kepada penulis, shalawat serta salam semoga tercurah pada Rasulullah Muhammad SAW, keluarga dan segenap sahabat – sahabatnya, hingga akhir jaman, Amin.

Ada rintangan dan hambatan yang penulis hadapi dalam penyusunan laporan ini. Namun berkat bantuan dan dukungan berbagai pihak , baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan laporan ini.

Penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan dan do'a, semoga Allah membalas amal baik yang telah dilakukan umat-Nya atas sesama. Amin

Bandung, November 2008

Tim Peneliti

## DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
BAB III TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....	8
3.1 Tujuan Penelitian.....	8
3.2 Manfaat Penelitian.....	8
BAB IV METODE PENELITIAN.....	9
BAB V HASIL PEMBAHASAN.....	10
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	20
6.1 Kesimpulan.....	20
6.2 Saran.....	21
DAFTAR PUSTAKA.....	22
LAMPIRAN	

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Kabupaten Tasikmalaya mempunyai visi Tasikmalaya yang Religius, sebagai kabupaten yang maju dan sejahtera, serta kompetitif dalam bidang agribisnis di Jawa Barat tahun 2010 " Keberadaan Humas berfungsi sebagai mediator yang menjembatani kepentingan organisasi atau perusahaan dengan publiknya. Sehingga berbagai aktivitas senantiasa menciptakan, menjaga dan meningkatkan citra atau image yang positif.

Pemahaman akan pentingnya keberadaan humas dalam sebuah perusahaan atau organisasi terus berkembang pesat, meskipun belum ada standarisasi yang jelas dan baku bagi mereka yang akan menggeluti dunia profesi Humas. Banyaknya definisi dari kata Humas menjadikan banyak pula pemahaman atau persepsi yang berbeda-beda mengenai humas. Namun dibalik kenyataan tersebut. Padahal profesi ini sudah berkembang seiring peningkatan pemahaman dan pengakuan masyarakat.

Gambaran profesi Humas yang asal cantik, apalagi seorang *public figure* ( artis atau model) masih dianut oleh beberapa perusahaan atau organisasi. Dengan bermodalkan itu, direkrutlah ia menjadi seorang praktisi Humas. Padahal banyak kriteria yang harus dimiliki seseorang yang akan bergerak sebagai praktisi humas suatu perusahaan, atau konsultan humas. Menurut Frank Jefkins, kriterianya adalah *Ability to communicate, ability to organize, ability to get on with people, personality integrity* dan *imagination*.

F. Rachmadi dalam bukunya *Public Relations dalam teori dan praktek* menyebutkan bahwa masalah penting yang dihadapi oleh lembaga-lembaga ekonomi, bisnis, sosial, dan politik setelah terjadinya revolusi industri adalah masalah hubungan. Ketergantungan antar individu dengan perusahaan, dan pemerintah dengan organisasi-organisasi sosial dan masyarakat telah menciptakan kebutuhan akan filsafat dan fungsi baru dalam manajemen. Fungsi itulah yang disebut sebagai Hubungan Masyarakat (PR), dan untuk itulah humas ada. (Rachmadi, 1996:59)

Kebutuhan untuk meningkatkan hubungan antara lembaga dan masyarakat / Publiknya bukanlah hal yang baru yakni masyarakat dari lembaga memperoleh kepuasan material, sosial, dan kerohanian. Yang merupakan hal yang baru adalah kesalahan pimpinan lembaga akan pentingnya keberadaan masyarakat atau publiknya.

Humas harus memiliki sifat membina dan mengembangkan partisipasi masyarakat. Di era reformasi yang menuntut segala sesuatunya serba transparan, juga berdampak terhadap keingintahuan masyarakat akan berbagai informasi yang berkenaan dengan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan.

Pemerintah diuntut menyediakan informasi dan mengkomunikasikannya / mensosialisasikannya sesuai dengan keinginan masyarakat, sebab pada dasarnya pemerintah adalah pelayan masyarakat (*public service*) yang harus memberikan pelayan dan mengabdikan kepada masyarakat.

Memberikan pelayanan kepada masyarakat merupakan tugas utama pemerintah. Pelayanan yang diberikan harus dilakukan sebaik mungkin sehingga tercipta hubungan yang harmonis antara pemerintah dengan masyarakat. Disinilah diperlukan peran humas pemerintah untuk mensosialisasikan kebijakan tersebut kepada masyarakat.

Humas Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya Propinsi Jawa Barat bekerja sama dengan berbagai publik terutama media untuk mempermudah dan menunjang kegiatan sosialisasi kebijakan atau Perda. Sehingga masyarakat mendapat kejelasan tentang hak dan kewajibannya terhadap penberlakuan kebijakan atau perda tersebut.



Layanan yang bercirikan cepat, tepat, baik, dan akurat mutlak harus diberikan kepada masyarakat. Karena kualitas layanan sangat mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap kredibilitas pemerintahnya.

Setiap kali ada peraturan, undang-undang, atau kebijakan pemerintah yang mempengaruhi nasib masyarakat maka pihak pemerintah berkewajiban berusaha untuk menjelaskan berbagai implikasinya kepada segenap masyarakat, karena nasib mereka pun turut terpengaruh.

Berdasarkan uraian diatas penulis merasa tertarik untuk menditi "PENERAPAN FUNGSI HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN TASIKMALAYA"

## **1.2 PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini yaitu " Bagaimana penerapan Fungsi Humas Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya."

Selanjutnya dari permasalahan tersebut dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana Kegiatan Humas Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya dalam Menyebarkan informasi Kebijakan, menjual program, serta membangun citra Pemerintah Kepada publik
2. Bagaimana Bentuk Kerjasama Humas Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya dengan Pers dalam Menyebarkan informasi Kebijakan, menjual program, serta membangun citra Pemerintah Kepada publik
3. Bagaimana Hambatan atau kendala yang dihadapi humas Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya dalam Menyebarkan informasi Kebijakan, menjual program, serta membangun citra Pemerintah Kepada publik

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Humas pada saat ini banyak dipraktekkan di berbagai organisasi dalam rangka menunjang organisasi untuk mencapai tujuannya secara efektif dan efisien. Pelaksanaan PR dalam organisasi atau perusahaan dititikberakan pada keterampilan membina hubungan antar manusia di dalam organisasi untuk mengatasi timbulnya masalah .

*Public relations* sendiri mempunyai dua pengertian yaitu :

1. Public relations sebagai method of communication yaitu merupakan rangkaian kegiatan atau sistem kegiatan yaitu kegiatan berkomunikasi secara khas .
2. Public relations sebagai state of being yaitu perwujudan kegiatan komunikasi ( Effendi, 1989 : 94 ).

L. Roy Blumenthal dalam bukunya *The Practice of Public Relations* yang dikutip oleh Effendy mengatakan sebagai berikut : “ Seni membina pribadi seseorang hingga tauf yang memungkinkan ia mampu menghadapi keadaan darurat dalam kehidupan sehari-hari termasuk dalam bidang psikologi, seni melaksanakan tugas yang sama untuk bisnis, lembaga, pemerintah, baik yang menimbulkan keuntungan atau yang tidak, termasuk public relations “ ( Effendi, 1989 : 94 - 95 ).

Dalam pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa PR hanyalah terdapat dalam suatu organisasi yang jelas strukturnya serta jelas adanya pemimpin dan yang dipimpin tetapi dalam suatu organisasi yang tidak dilengkapi dengan bagian PR, tidak berarti tidak ada kegiatan kehumasan. Seluruh anggota organisasilah yang melaksanakan kegiatan kehumasan.

Sebagai metode komunikasi mempunyai makna bahwa setiap pemimpin dari suatu organisasi, bagaimanapun kecilnya dapat melaksanakan PR, suatu kegiatan komunikasi yang khas mempunyai ciri-ciri dan meliputi aspek aspek sebagai berikut :

- a. komunikasi yang dilaksanakan berlangsung dua arah secara timbal balik
- b. Kegiatan yang dilakukan terdiri atas penyebaran informasi, pelaksanaan persuasi dan pengkajian opini publik.
- c. Tujuan yang dicapai adalah tujuan organisasi itu sendiri.
- d. Sasaran yang dituju adalah publik di dalam dan publik di luar.
- e. Efek yang diharapkan adalah terjadinya hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik ( Effendi, 1989: 95 ).

Landasan bagi hubungan masyarakat yang efektif ialah kebijaksanaan dan kegiatan yang terpercaya demi kepentingan publik. Komunikasi hubungan masyarakat merupakan suatu proses yang mencakup suatu pertukaran fakta, pandangan dan gagasan diantara suatu bisnis atau organisasi tanpa laba dengan publik-publiknya untuk saling pengertian.

Salah satu unsur dasar PR adalah komunikasi timbal balik. Melalui komunikasi kepada publiknya, manajemen mengumumkan menjelaskan dan mempertahankan atau mempromosikan kebijaksanaannya dengan maksud untuk mengukuhkan pengertian dan penerimaan.

Dalam PR, pengertian publik ialah sekelompok orang yang sama-sama terikat dan terkait perhatiannya oleh kepentingan yang sama. Kelompok-kelompok ini harus senantiasa dihubungi dalam rangka melaksanakan fungsi PR. Pada umumnya publik-publik dari PR terbagi menjadi publik internal dan publik eksternal.

Berdasarkan pengelompokan ini maka terjadi dua hubungan yaitu hubungan internal ialah hubungan dengan karyawan dan hubungan dengan pemegang saham. Sedangkan yang kedua ialah hubungan eksternal yaitu

hubungan dengan masyarakat, hubungan dengan pelanggan, hubungan dengan khalayak, dan hubungan dengan konsumen

Hubungan dengan publik tersebut sangat penting dipelihara dan dibina dalam rangka mempertahankan goodwill dan kepercayaan pada publik serta dalam rangka menimbulkan pengertian bersama dan hubungan yang harmonis antara kedua belah pihak yaitu perusahaan dengan konsumennya. Hubungan ini dilakukan dengan komunikasi yang meliputi berbagai teknis untuk dipilih, mana yang paling efektif. Salah satu caranya ialah dengan memanfaatkan surat kabar sebagai salah satu media dalam kegiatan PR.

#### Masyarakat Sebagai Publik Humas Eksternal

Eksternal public relations merupakan hubungan tidak langsung dengan perusahaan tetapi memengaruhi manajemen. Tujuannya ialah untuk menciptakan hubungan dalam mendapatkan opini yang *favorabel* (menyenangkan) dan untuk mendapatkan citra yang baik.

Bagi suatu perusahaan hubungan-hubungan dengan publik luar perusahaan merupakan suatu keharusan di dalam usaha untuk :

1. Memperoleh langganan.
2. Memperkenalkan produksi.
3. Mencari modal dan keuntungan.
4. Memperbaiki hubungan dengan masyarakat luar dan serikat buruh yang ada di luar perusahaan.
5. Memecahkan persoalan yang dihadapi (Abdurrachman, 1995 : 38 )

Salah satu publik eksternal adalah masyarakat. Untuk dapat membentuk hubungan yang baik dengan masyarakat, maka praktisi PR harus meneliti masyarakat yang akan dijadikan publik dari organisasi atau instansi atau perusahaan tersebut dengan berkomunikasi dengan organisasi yang tidak melakukan komunikasi dengan publiknya maka publik tersebut secara aktif akan berusaha mencari informasi dan menyimpan informasi yang dapat mempertegas sikap dan perilaku yang dipilahnya.

### Pentingnya Humas Pemerintah

Humas pemerintah pada dasarnya tidak bersifat politis. Bagian humas di institusi pemerintah dibentuk untuk mempublikasikan atau mempromosikan kebijakan-kebijakan mereka. Memberi informasi secara teratur tentang kebijakan, rencana-rencana serta hasil-hasil kerja institusi serta memberi pengertian kepada masyarakat tentang peraturan dan perundang-undangan dan segala sesuatunya yang berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat.

Selain keluar, humas pemerintah dan politik juga memungkinkan untuk memberi masukan dan saran bagi para pejabat tentang segala informasi yang diperlukan dan reaksi atau kemungkinan reaksi masyarakat akan kebijakan institusi, baik yang sedang dilaksanakan, akan dilaksanakan, ataupun yang sedang diusulkan

Seiring dengan tuntutan transparansi dari masyarakat luas sebagai publik pemerintah, manfaat humas dalam penyelenggaraan pemerintah secara umum telah diterima sejak lama.

Ada dua sisi yang melatarbelakangi perkembangan humas pemerintah yaitu : sisi pentingnya humas bagi pemerintah dan yang kedua adalah hambatan-hambatan yang dihadapi oleh humas pemerintah. Dua sisi ini pada akhirnya mengakibatkan penampilan humas pemerintah yang tersembunyi di bawah berbagai nama, tugas, wewenang dan dibiayai dari berbagai macam cara yang berbeda.

Kebanyakan humas pemerintah diarahkan untuk hubungan dengan media, masalah umum, dokumentasi dan publikasi. Kegiatan-kegiatan yang biasanya ditangani oleh humas dalam rangka mensosialisasikan kebijakan pemerintah ialah mengadakan konferensi pers, membuat press release dan menyebarkannya pada media, pameran-pameran, mengorganisir pertemuan dengan masyarakat, penerangan melalui berbagai media komunikasi bagi masyarakat.

## **BAB III**

### **TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

#### **3.1 TUJUAN PENELITIAN**

Terdapat beberapa tujuan yang ingin diketahui dari hasil penelitian ini, antara lain untuk mengetahui :

1. Bagaimana Kegiatan Humas Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya dalam Menyebarkan informasi Kebijakan, menjual program, serta membangun citra Pemerintah Kepada publik
2. Bagaimana Bentuk Kerjasama Humas Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya dengan Pers dalam Menyebarkan informasi Kebijakan, menjual program, serta membangun citra Pemerintah Kepada publik
3. Bagaimana Hambatan atau kendala yang dihadapi humas Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya dalam Menyebarkan informasi Kebijakan menjual program, serta membangun citra Pemerintah Kepada publik

#### **3.2 . MANFAAT PENELITIAN**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini ingin membandingkan antara teori Public Relations dengan praktek Public Relations dalam pemerintah.
2. Data empiris dalam mengembangkan Eksternal relations

Kegunaan Praktis

1. Sebagai bahan masukan bagi pemerintah mengenai kegiatan humas pemerintah dalam mensosialisasikan kebijakan pemerintah kepada masyarakat.
2. Memberikan masukan bagi para praktisi Humas Pemerintah sebagai salah satu sarana untuk membentuk citra positif Publik terhadap lembaga.

## **BAB IV**

### **METODE PENELITIAN**

Metode ini menggunakan metode Deskriptif, yang menggambarkan sejumlah variabel yang diteliti tanpa melakukan pengujian jalinan (hubungan) antar variable yang diteliti.

Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskripsi dalam bentuk survey. Metode ini menekankan lebih pada penentuan informasi tentang variabel daripada informasi tentang individu dan bermaksud mengumpulkan data yang relatif terbatas dari sejumlah kasus yang relatif besar.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam dan studi kepustakaan. Sedangkan instrumen (alat) penelitiannya adalah mencatat hasil observasi, pedoman wawancara, mensitir kepustakaan (buku, teks, dokumentasi, file, jurnal, artikel dimedia massa cetak).

Data primer diperoleh dari hasil jawaban humas pemerintah kabupaten Tasikmalaya melalui wawancara secara mendalam.

Selain itu, penelitian ini mengutamakan adanya kelengkapan informasi yang dikumpulkan sehingga memudahkan untuk memahami fenomena sosial yang diamati dengan bersumber pada data dari lembaga pendukung/terkait, dan studi kepustakaan.

Analisis data bertujuan untuk membuat proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan (Singarimbun & Effendi, 1989 : 263). Data yang diperoleh dari responden adalah data dari halis wawancara secara mendalam dengan pertanyaan terbuka.

Data dianalisis dengan analisis deskripsi yang menggambarkan sejumlah variable yang diteliti tanpa melakukan pengujian jalinan (hubungan) antar variable yang diteliti.

## **BAB V**

### **HASIL PEMBAHASAN**

#### **5.1 Kegiatan Humas Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya dalam Menyebarkan informasi Kebijakan, menjual program, serta membangun citra Pemerintah Kepada publik**

Bagian Humas pemerintah Kabupaten Tasikmalaya terbagi menjadi tiga sub bagian yaitu Sub bagian protokoler, sub bagian pemberitaan dan sub bagian perpustakaan. Menurut Pak Kustiwa sebagai kepala sub bagian pemberitaan.

Menurut pasal 21 sub bagian protokoler mempunyai tugas melaksanakan penyiapan bahan pengaturan, penataan yang berhubungan dengan kegiatan pemerintah daerah, baik dalam bidang pemerintahan, bidang pembangunan dan bidang pelayanan kepada masyarakat.

Sub bagian pemberitaan mempunyai tugas melaksanakan penyiapan bahan pemberitaan berupa informasi-informasi yang sudah jelas aktual dalam penyelenggaraan pemerintahan pembangunan dan pelayanan kepada masyarakat.

Uraian tugas sub bagian pemberitaan ialah :

1. Melaksanakan penyusunan rencana kerja sub bagian pemberitaan
2. Melaksanakan penyiapan kegiatan peliputan , pengumpulan data berita yang terjadi di lingkungan pemerintah daerah
3. melaksanakan penyiapan bahan sosialisasi berita-berita yang telah diliput dengan membuat press release



4. Melaksanakan penyiapan bahan konsultasi dan kerjasama dengan media massa baik cetak maupun elektronik
5. Melaksanakan pendokumentasian hasil-hasil kegiatan liputan berupa compact disc (CD), foto dan guntingan berita serta menghimpun naskah sambutan bupati
6. Melaksanakan penyusunan kliping berita pada media cetak nasional, regional (daerah) yang menyangkut kebijakan pemerintah daerah dan pusat
7. Melaksanakan pengkajian, penelaahan terhadap berita-berita yang perlu diluruskan atau dinetralisir sesuai keperluan
8. Melaksanakan penyusunan konsep pembuatan radio spot, glass slide, dan pengumuman keliling
9. Melaksanakan monitoring, evaluasi dan pelaporan hasil pelaksanaan tugas
10. Melaksanakan konsultasi dan kordinasi dengan unsur Dinas, Badan, kantor, kecamatan dan unit kerja yang ada hubungannya dalam pelaksanaan kegiatan.

Sub bagian perpustakaan mempunyai tugas melaksanakan penyiapan bahan pelayanan kebutuhan perpustakaan, pengelolaan administrasi perpustakaan, referensi-referensi bahan perumusan kebijakan serta bahan bacaan lainnya yang berhubungan dengan pengembangan wawasan pengetahuan yang diperlukan pemerintah daerah.

Semua kegiatan dan tugas dari humas pemda Kabupaten Tasikmalaya mencerminkan bahwa humas Kabupaten Tasikmalaya sudah menjalankan fungsi

humas :*Telling, Selling dan Building* yaitu Menyebarkan informasi Kebijakan, menjual program atau kebijakan dari pemerintah , serta membangun citra Pemerintah Kepada publik.

Bernays menyatakan bahwa terdapat tiga fungsi PR , yaitu:

1. memberi informasi kepada masyarakat;
2. persuasi yang dimaksudkan untuk mengubah sikap dan tingkah laku masyarakat terhadap lembaga, demi kepentingan dua belah pihak;
3. usaha untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan antara lembaga dengan sikap atau perbuatan masyarakat dan sebaliknya.

(Rumanti,2002:23).

Berdasarkan ciri khas dan fungsi kegiatan humas/PR tersebut, Cutlip & Center, and Canfield (1982) merumuskan fungsi *public relations* sebagai berikut:

- Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga/organisasi);
- Membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran;
- Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi, dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya, atau sebaliknya;
- Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan dan manfaat bersama;
- Menciptakan komunikasi dua arah atau timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan/organisasi ke

publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak. (Ruslan, 2003:19).

Kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat, tepat dan akurat serta mudah di akses semakin besar. Beragam informasi yang sampai di Masyarakat dapat memberikan dampak yang positif dan negatif bagi kehidupan individu maupun kehidupan masyarakat.

Subag Kehumasan Tasikmalaya memberikan informasi kepada publik intern biasanya dengan melalui rapat, diskusi, surat edaran, dan buletin internal. Buletin internal juga disebarakan kepada masyarakat paling sampai ke desa, nanti dari desa masyarakat bisa membacanya.

Hal ini sesuai dengan fungsi dari Public Relations yaitu :

1. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik internal maupun eksternal
2. melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum
3. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi
4. Menciptakan komunikasi 2 arah timbal balik dengan menyebarkan informasi kepada publik dan menyampaikan opini publik kepada organisasi/perusahaan

Hubungan dengan publik baik internal maupun eksternal sangat penting untuk selalu dipelihara dan dibina dalam rangka menimbulkan good will atau kepercayaan pada publik dan dalam rangka menimbulkan pengertian bersama dan hubungan harmonis antara kedua belah pihak, organisasi dan publik. Yang ujungnya untuk membangun citra positif.

Citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang, atau organisasi (Bill Canton dalam Soemirat dan Ardianto, 2002:111-112).

Sementara Rhenald Kasali dalam “Manajemen *Public Relations*” menyatakan pendapatnya:

“Citra adalah kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Pemahaman itu sendiri muncul karena adanya informasi. Tugas seorang praktisi *Public Relations* adalah menegakkan citra organisasi atau perusahaan yang diwakilinya agar tidak menimbulkan kesalahpahaman dan tidak melahirkan isu-isu yang dapat merugikan.” (Kasali, 2003:30).

Citra yang terbentuk dalam diri individu bisa negatif atau positif, tergantung pada nilai-nilai yang ada dalam dirinya maupun terbentuk oleh pengalaman, baik yang dialami langsung oleh individu maupun sebagai hasil interaksi dengan individu lain. Hal ini dikemukakan oleh Mar’at dalam “Sikap Manusia, Perubahan Serta Pengukurannya” sebagai berikut:

“Penilaian dari seorang individu ditentukan di antaranya berdasarkan interaksi, namun juga dapat didasarkan pada pengalaman tidak langsung seperti cerita/berita. Penilaian ini menghasilkan reaksi efektif yang berupa dimensi positif atau negatif terhadap obyek.” (Mar’at, 1984:19).

Citra merupakan kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Pemahaman itu sendiri muncul karena adanya informasi. Pemahaman yang berasal dari informasi yang tidak lengkap akan menghasilkan citra yang tidak sempurna. Dengan demikian, praktisi PR harus mampu memberikan informasi yang lengkap kepada publiknya untuk menciptakan citra positif.

Sikap seseorang terhadap suatu obyek ditentukan oleh citranya pada obyek tersebut. Dengan kata lain, citra mendasari sikap seseorang dan citralah yang akan memengaruhi seseorang untuk berperilaku.

Citra merupakan aset terpenting dari suatu perusahaan, oleh karena itu PR harus mengembangkan citra positif di antara publiknya, baik publik eksternal

maupun internal karena citra yang positif akan menyebabkan majunya suatu perusahaan atau instansi.

Citra PR yang ideal adalah kesan yang benar, yakni sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya. Oleh karena itu, usaha pemolesan suatu citra merupakan penyalahgunaan PR.

Humas pemerintah Tasikmalaya selalu berusaha menjalankan kegiatan dan fungsi humas dengan sebaik-baiknya agar menghasilkan citra yang positif.

## **5.2 Bentuk Kerjasama Humas Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya dengan Pers dalam Menyebarkan informasi Kebijakan, menjual program, serta membangun citra Pemerintah Kepada publik**

Untuk menciptakan hubungan yang baik dan harmonis dalam rangka memperoleh kesediaan kerjasama (cooperation) diantara orang-orang yang menjadi bagian dari organisasi/instansi/perusahaan serta memungkinkan orang-orang tersebut untuk ikut berpartisipasi dan berprestasi lebih tinggi dengan mendapatkan kepuasan dari hasilnya.

Publik eksternal adalah publik yang berada diluar organisasi/instansi/perusahaan yang harus diberikan penerangan/informasi untuk membina hubungan baik (good will)

Contoh: →

- Konsumen
- Masyarakat
- Pelanggan
- Pemerintah
- Pers

Tujuan dibinanya hubungan dengan Publik Eksternal

1. Untuk mengeratkan hubungan dengan orang-orang diluar lembaga tersebut sehingga terbentuklah opini publik yang favourabel terhadap lembaga itu sehingga perhatian yang besar terhadap kepentingan publik dan bertindak sesuai dengan kepentingan publik tersebut akan membangkitkan simpati dan kepercayaan publik terhadap lembaga tersebut.
2. Untuk memperoleh dan meningkatkan citra yang baik dari publik eksternal terhadap organisasi/institusi/perusahaan serta untuk mendapatkan kepercayaan dan penilaian yang positif dari publiknya dan bila perlu untuk memperbaiki citra tersebut.

Humas pemerintah Kabupaten Tasikmalaya selalu melakukan kerjasama yang baik dengan pers nasional, regional dan daerah dalam Menyebarkan informasi Kebijakan, menjual program, serta membangun citra Pemerintah Kepada publik

Salah satu bentuk kerjasamanya ialah melaksanakan penyiapan bahan konsultasi dan kerjasama dengan media massa baik cetak maupun elektronik, yaitu menyediakan press release.

Bivins (1991:40) mengatakan *press release* adalah informasi yang ingin kita siarkan pada media massa, biasanya media cetak. Menulis *press release* adalah salah satu kemampuan dasar yang harus dimiliki oleh praktisi PR. *Press release* digunakan sebagai media penyampaian berita terbaru perusahaan. Berita ini nantinya akan diteruskan dari media massa menuju masyarakat melalui pemuatannya. Tapi tidak semua *press release* yang kita kirim berakhir pada lembaran media cetak, ada juga yang berakhir di tong sampah editor media tersebut. Hal ini terjadi karena *press release* itu dianggap tidak layak cetak.

Dalam membuat sebuah *press release*, ingat bahwa *press release* sangat jarang digunakan, jadi kita harus bersikap realistis dan imajinatif. Gunakan *press release* sebagai alat (*tools*) bagi wartawan, untuk memberikan kejelasan dan fokus pada pesan yang hendak kita sampaikan. *Press release* yang baik bisa menjadi senjata yang baik dalam hubungan komunikasi.

Dan dari semua itu, jangan menjual. Sebuah *press release* seharusnya menunjukkan berita yang dapat dipercaya dan harus disampaikan secara jelas, lengkap dan blak-blakan. Hindari semua promosi karena mereka hanya akan merendahkan tujuan kita dan mengecewakan wartawan.

Terdapat tempat dalam *press release* yang menjelaskan status akhir perusahaan yang disebut sebagai *boilerplate*. Hal ini juga perlu diperhatikan segi penulisannya agar kita tidak terkesan sedang berpromosi karena *boilerplate* seharusnya menjadi tempat informasi terkini mengenai perusahaan pengirim *press release*.

*Boilerplate* sekarang menjadi trend bagi perusahaan yang menganggap bahwa *press release* hanyalah sebagai materi promosi lainnya. Yang tidak mereka sadari ialah bahwa *press release* ditargetkan untuk media, bukan konsumen potensial. *Press release* bukanlah brosur atau iklan atau *billboard*. *Press release* dimaksudkan untuk menyampaikan berita.

*Press release* memberikan keuntungan bagi kita untuk menyampaikan secara tepat dan jelas fakta dan posisi perusahaan dari sudut pandang kita. Hal ini bisa menghindarkan kita dari pembicaraan panjang dengan media yang mungkin bisa menyulitkan kita jika kita belum merasa siap. Di pihak lain, hal ini juga

menguntungkan bagi pihak media yang memiliki armada dalam jumlah sedikit dan terkena tenggat waktu.

Sebagai tambahan, keuntungan membuat informasi tertulis adalah mengurangi kemungkinan salah pengutipan atau salah mengartikan. Jika disiapkan dengan benar, pernyataan tertulis untuk media akan memberikan pernyataan yang jelas dan tidak ambigu atas posisi perusahaan.

Hubungan personal antara humas dan wartawan haruslah dibangun dan dijaga. Hal ini hanya bisa didapat dengan landasan kejujuran, kerjasama, saling menghargai profesi satu sama lain. Hal ini tentu tidak mudah dicapai, mengingat humas dan wartawan berada pada dua kepentingan yang berbeda, yang diikuti dengan loyalitas pada masing-masing institusi.

Tanggung jawab humas adalah pada instansi. Segala sesuatu yang ia buat adalah untuk kebaikan perusahaan. Jefkins (2001:102) mengatakan tugas pokok seorang praktisi humas adalah menjalankan program-program humas yang telah direncanakan serta disetujui sebelumnya, dengan memaksimalkan pengetahuan dan pemahaman khalayak atas produk, sosok keseluruhan atau aspek-aspek lainnya dari organisasi atau perusahaan.

Tanggung jawab seorang wartawan adalah pada medianya dengan segala kebijakan yang harus ia taati. Media massa bukanlah organisasi non-profit sehingga kebijakan tidak hanya terkait pada masalah editorial tapi juga pada masalah penjualan, pemasangan iklan, dll seperti yang juga dijelaskan pada bab sebelumnya. Walaupun demikian, titik berat pekerjaan wartawan adalah untuk memuaskan pemirsa dengan informasi yang mereka sajikan. Mereka memberikan



apa yang diinginkan pemirsa, bukan apa yang diinginkan PR. Disinilah sering terjadi benturan antara pekerjaan PR dan wartawan.

Media massa akan tetap menjaga sisi objektif pemberitaannya. Media massa bukanlah agen humas untuk siapapun juga. Macnaman (2000:43) mengatakan, bahkan dalam negara demokrasi, media massa merasa mereka harus bertindak sebagai *Devil's Advocate*. Analogi ini berguna dalam memahami media massa di dunia modern dan pendekatan yang diambil oleh banyak wartawan serta editor. Sehingga humas harus tetap menjaga kerjasama yang baik dengan media massa atau pers.

### **5.3 Hambatan atau kendala yang dihadapi humas Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya dalam Menyebarkan informasi Kebijakan, menjual program, serta membangun citra Pemerintah Kepada publik**

Menurut Pak kustiwa dalam melaksanakan tugasnya bagian humas sering mendapat hambatan terutama sarana dan prasarana yang kurang memadai. Sering kali komputer tidak bisa bertahan lama, kamera kalau sering dipakai daya tahannya kadang tidak lebih dari satu tahun.

Hambatan yang kedua ialah masalah biaya, mungkin kalau humas menjadi dinas maka kita akan leluasa menyusun anggaran biaya untuk kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh humas. Karena sekarang humas baru menjadi bagian maka biaya yang tersedia juga terbatas sehingga kita harus punya skala prioritas.

Hambatan ketiga ialah personil atau staf humas yang masih kurang jumlahnya. Kadang untuk meliput sebuah peristiwa minimal dibutuhkan tiga personil yaitu kameramen, fotografer dan reporter. Pada sub bagian pemberitaan kita punya empat belas orang staff dan ini dirasa kurang, apalagi kalau waktu pelaksanaan kegiatan bersamaan atau ada peristiwa yang terjadi secara bersamaan maka kita kesulitan untuk menyebar staff humas untuk meliputnya.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 KESIMPULAN**

1. Kegiatan Humas di Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya terbagi dalam tiga sub bagian yaitu : sub bagian protokoler mempunyai tugas melaksanakan penyiapan bahan pengaturan, penataan yang berhubungan dengan kegiatan pemerintah daerah, baik dalam bidang pemerintahan, bidang pembangunan dan bidang pelayanan kepada masyarakat. Sub bagian pemberitaan mempunyai tugas melaksanakan penyiapan bahan pemberitaan berupa informasi-informasi yang sudah jelas aktual dalam penyelenggaraan pemerintahan pembangunan dan pelayanan kepada masyarakat. Sub bagian perpustakaan mempunyai tugas melaksanakan penyiapan bahan pelayanan kebutuhan perpustakaan, pengelolaan administrasi perpustakaan, referensi-referensi bahan perumusan kebijakan serta bahan bacaan lainnya yang berhubungan dengan pengembangan wawasan pengetahuan yang diperlukan pemerintah daerah.
2. Humas pemerintah Kabupaten Tasikmalaya sudah melaksanakan kerjasama yang baik dengan pers yaitu mengirimkan press release, membina hubungan personal yang baik dan melakukan konferensi pers.
3. Hambatan yang dihadapi humas Kabupaten Tasikmalaya ialah masalah sarana dan prasarana, biaya serta personil atau staff humas yang masih kurang banyak.

## **6.2 Saran**

1. Sebaiknya staff Humas Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya ditambah jumlahnya
2. Sebaiknya Bagian Humas Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya Berubah menjadi Dinas Humas Kabupaten Tasikmalaya

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrachman, Oemi. 1995. *Dasar – Dasar Public Relations . Bandung : PT Citra Aditya Bakti*
- Abdullah, Aceng. 2000. *Press Relations*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Chaffe, Steven and Patrick, Michael. 1975. *Using The Mass Media*. New York : Mc Graw-Hill Book Company.
- Effendy, Onong Uchjana .1986. *Hubungan Masyarakat*. Bandung : PT Remaja Karya CV.
- Jefkins Frank. 1996. *Public Relations . Jakarta : Erlangga*.
- Liliweri, Alo. 1991. *Memahami peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti.
- Mappatoto, Andi. 1993. *Siaran Pers Suatu Kiat Penulisan*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- McQuail, Denis and dahl W Sven. 1984. *Communication Models For Study of Mass Communication*. New York : Longman inc.
- McQuail, Denis.1991. *Teori Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Diterjemahkan Aminuddin Ram. Jakarta : Erlangga.
- Moleong J, Lexy. 1995. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moore, Frazier. 1988 . *Hubungan Masyarakat*. Bandung :Remadja Karya CV.
- Muhadjir, Noeng. 1996. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Rakesarasin.
- Nazir, Moh.,Ph.D. 1983. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rakhmat, Jalaludin. 1995.*Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Singarimbun, Masri dan Effendi Sofian.1989. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta : PT Pustaka LP3ES.
- Siswanto, Bambang. 1992. *Humas Teori dan Praktek*. Jakarta : Bumi Aksara.

### DAFTAR RIWAYAT HDUP

Nama Lengkap : Susie Perbawasari, Dra., M.Si.  
 NIP : 196102201994032001  
 Pangkat/Golongan : Penata Muda Tk. I / III b  
 Jabatan Fungsional : Asisten Ahli  
 Unit Kerja : Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad  
 Alamat kantor : Jalan Raya Bandung - Sumedang km.21  
 Jatinangor Jawa Barat  
 Alamat Rumah : Jl Guntursari IV no. 8  
 Bandung 40264

### RIWAYAT PENDIDIKAN

1. S1 Jurusan Ilmu Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad  
 .Lulus tahun 1985
2. S2 Bidang Kajian Utama Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Sosial  
 Program Pascasarjana Unpad. Lulus tahun 2005

### RIWAYAT PEKERJAAN

1. Bendahara Yayasan Tridharma Wiraswasta Bandung Tahun 1986- 2007
2. Pengawas Yayasan Tridharma Wiraswasta Bandung Tahun 2007 – 2008.
3. Dosen Jurusan Ilmu Humas Fikom Humas Unpad Tahun 1993 - sekarang
4. Sekretaris Jurusan Ilmu Humas Fikom Humas Unpad Tahun 2006 – 2009.

### PENGALAMAN PENELITIAN

1. Pengaruh penerbitan newsletter “Warta Lemlit” Unpad terhadap pembentukan Citra positif lembaga (*Corporate Image*). Anggota. 2003
2. Pencitraan masyarakat tentang TV Publik. Anggota. 2005
3. Peranan Guru dalam Mengoptimalkan Perpustakaan Sekolah Sebagai Pusat Sumber Belajar (Survey d beberapa Perpustakaan SLTPN Kecamatan Ciamis). Anggota. 2005
4. Pemanfaatan situs Friendster ([www.friendster.com](http://www.friendster.com)) sebagai Media Komunikasi di kalangan Mahasiswa Pengguna Internet. Ketua. 2006

Jatinangor,

Susie Perbawasari, Dra., M.Si.  
 196102201994032001

### DAFTAR RIWAYAT HDUP

Nama Lengkap : Yanti Setianti, S.Sos.,M.Si  
 NIP : 132 300 875  
 Pangkat/Golongan : Penata Muda / III a  
 Jabatan Fungsional : Asisten Ahli  
 Unit Kerja : Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad  
 Alamat kantor : Jalan Raya Jatinagor Sumedang km.21  
 Jatinangor Jawa Barat  
 Alamat Rumah : Komplek.Cilengkrang 2 Jl.Manglayang 7 No.2  
 Bandung 40615

### RIWAYAT PENDIDIKAN

3. S1 (S.Sos) Jurusan Ilmu Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad .Lulus 7 Agustus 2000
4. S2 (M.Si) Bidang Kajian Utama Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Sosial Program Pascasarjana Unpad. Lulus 21 Juni 2004

### RIWAYAT PEKERJAAN

5. Dosen Jurusan Ilmu Humas Fikom Humas Unpad
6. Dosen Luar biasa di PTS dan IAIN Sunan Gunung Djati Bandung

### PENGALAMAN PENELITIAN

1. Iklim akademik dan Tradisi Penelitian di Universitas Padjadjaran, 2003 (anggota Peneliti)
2. Pengaruh Motif terhadap waktu penyelesaian studi mahasiswa program pascasarjana Universitas Padjadjaran (Ketua Peneliti)
3. Pola Komunikasi Keluarga di Desa Manis Kidul Kecamatan Jalaksana Kabupaten Kuningan (Ketua Peneliti)

Jatinangor, 28 Desember 2005

Yanti Setianti, S.Sos.,M.Si

132 300 875