

LAPORAN TUGAS AKHIR

PERAN MEDIA RELATION

DI BAGIAN INFORMASI DAN PEMBERITAAN DISHUBKOMINFO

KABUPATEN KARANGANYAR



Di susun oleh :

YOGO DWI NUGROHO

D1607094

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya bidang Komunikasi Terepan

PROGRAM DIPLOMA III KOMUNIKASI TERAPAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

2010

PERSETUJUAN

Tugas Akhir Berjudul :

**PERAN PUBLIC RELATION DALAM PELAKSANAAN MEDIA RELATION
DI BAGIAN INFORMASI DAN PEMBERITAAN DISHUBKOMINFO
KABUPATEN KARANGANYAR**

Karya :

Nama : Yogo Dwi Nugroho

NIM : D1607094

Jurusan : Komunikasi Terapan Public Relation

Disetujui untuk dipertahankan dihadapan panitia penguji Tugas Akhir Program
Diploma III Komunikasi Terapan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Sebelas Maret Surakarta.

Surakarta, 2010

Menyetujui
Dosen Pembimbing

Tanti Hermawati, S.Sos,M.Si

NIP. 19690207 199512 2001

PENGESAHAN

Tugas Akhir Ini telah Diuji dan Disahkan Oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Program Diploma III Komunikasi Terapan
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret
Surakarta

Hari : Senin
Tanggal : 05 Juli 2010

Panitia Ujian Tugas Akhir :

Drs. Kandyawan

NIP. 19610413 199003 1002

Ketua Penguji

Tanti Hermawati, S.sos M.Si

NIP. 19690207 199512 2001

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret
Surakarta

Dekan,

Drs. H. Supriyadi, SN. SU.

NIP. 19530128 198103 1001

MOTTO

Semua keberhasilan selalu diawali dengan kegagalan karena kegagalan adalah guru untuk mencapai keberhasilan.

Keraguan hanya akan menunda semua mimpi dan cita-cita kita.

Hidup untuk memberi sebanyak-banyaknya,
bukan untuk menerima sebanyak-banyaknya

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini Penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua tercinta dan menyanyangiku yang senantiasa memberi dukungan dan inspirasi kepada Penulis.
2. Teman-teman yang selalu menghibur dengan canda tawa mereka.
3. Pembimbing yang selalu memberi masukan dalam pembuatan laporan ini.
4. Untuk seorang yang special Amelliya Puteri yang selalu memberikan semangat Penulis.
5. Semua Dosen Komunikasi Terapan Publik Relation yang telah mengajar Penulis sewaktu perkuliahan.
6. Seluruh staf Dishubkominfo Kab.Karanganyar.
7. Seluruh pembaca.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Dan dengan beriring Shalawat Penulis sampaikan salam kepada Rasulullah SAW beserta para Sahabat dan keluarganya.

Kuliah Kerja Media (KKM) pada dasarnya bertujuan untuk memperkenalkan dan memberi pemahaman yang nyata pada Mahasiswa untuk dapat mempraktekkan materi yang di dapat dari perkuliahan sesuai konsentrasi jurusan yang diambil. Seperti halnya Penulis yang mengambil jurusan Public Relation, dengan adanya KKM maka Penulis bisa secara langsung membandingkan ilmu-ilmu PR yang Penulis dapatkan ketika kuliah dengan kerja para praktisi PR didalam perusahaan atau instansi.

Penulis melaksanakan KKM di Departemen Perhubungan Komunikasi dan Informasi Kabupaten Karanganyar yang beralamatkan Jl. Lawu Kompleks Perkantoran Cangkalan Kabupaten Karanganyar. Dan mulai melaksanakan KKM pada 01 Februari sampai 30 Maret 2010.. Penulis memberanikan diri untuk mengajukan proposal dan surat permohonan KKM karena merasa sesuai dengan jurusan perkuliahan yang diambil Penulis dan alhamdulillah Penulis langsung mendapat panggilan untuk melaksanakan KKM yang dimulai pada 01 Februari sampai 30 Maret 2010.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini, terutama Dishubkominfo yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan KKM dan banyak menambah ilmu dan pengalaman yang sangat berharga selama melakukan kegiatan KKM di

Dishubkominfo. Dosen pembimbing, keluarga, serta teman-teman yang selalu mendukung Penulis dalam meraih cita-cita, semoga Allah SWT membalas kebaikan mereka.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis Berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua. Penulis sengat menyadari akan semua kekurangannya dalam menyusun Tugas Akhir ini, untuk itu penulis sengat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dimasa yang akan datang.

1. Dekan FISIP Drs. H. Supriyadi, SN,SU.
2. Drs. A. Eko Setyanto, M.Si selaku ketua Program D III Komunikasi Terapan FISIP UNS.
3. Tanti Hermawati, S.sos M.Si, sebagai Dosen Pembimbing.
4. Drs. Kandyawan selaku Dosen Penguji.
5. Seluruh Dosen dan Staff FISIP UNS yang telah membawa mahasiswa dari alam awidiya (alam tidak tahu, alam gelap) meningkat kepada alam Widiya (alam tahu, alam pandang atau alam mengerti)
6. Nunung Susanto, SH,MM selaku kepala Dishubkominfo Karanganyar serta selaku penanggung jawab magang.
7. Bapak Warsidi yang telah banyak membimbing saya selama magang.
8. Ibu Shasa yang telah memberikan pengajaran, bimbingan, dan masukan kepada penulis.

9. Bapak Haryo dan Bapak Rinto yang membantu penulis dalam pembuatan Prees Release.
10. Bapak Slamet dan Ibu Endang yang telah membantu penulis dalam pembuatan kliping pers.
11. Mbak Fitri yang telah membantu dalam menyusun jadwal kegiatan dan penyusunan arsip.
12. Seluruh staf Dishubkominfo Kab. Karanganyar yang banyak membantu kelancaran penulis dalam mencari data-data.atas bantuan dan kerjasamanya.
13. Kedua Orang Tua dan saudara-saudaraku yang telah mendukung penulis.
14. Dan semua pihak yang tidak saya sebutkan satu – satu.

Surakarta,

Yogo Dwi Nugroho

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan	2
BAB II TINJAUN PUSTAKA	4
A. Komunikasi	4
1. Pengertian Komunikasi	4
B. Public Relation	7
1. Pengertian Public Relation	7
2. Peran Humas	10
3. Fungsi Humas	13
4. Stakeholders	14
5. Humas Pemerintahan	17
6. Press Release	18
7. Kegiatan Media Relations	20
BAB III DESKRIPSI PERUSAHAAN	22
A. Sejarah DISHUBKOMINFO Kab. Karanganyar	22
B. Visi, Misi dan Tujuan DISHUBKOMINFO	24
C. Strategi Kebijakan dan Program DISHUBKOMINFO	26
D. Gambaran Umum Daerah Karanganyar	29

E. Struktur Organisasi DISHUBKOMINFO	30
BAB IV PELAKSANAAN KKM	37
A. Tempat Pelaksanaan Magang	37
B. Deskripsi Kerja KKM	38
BAB V PENUTUP	44
A. Kesimpulan	44
B. Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Public Relation (PR) adalah sebuah lembaga atau organisasi berperan penting dalam membangun citra perusahaan serta menjaga reputasi perusahaan. Sesuai dengan fungsinya, Public Relation berperan membantu kebutuhan perusahaan dalam mencapai visi, misi, dan tujuan perusahaan serta memahami sudut pandang masyarakat terhadap perusahaan sehingga bisa peka dalam perkembangan situasi sekitarnya. PR juga sebagai ujung tombak yang harus selalu siap ketika menghadapi berbagai macam masalah yang selalu timbul baik dari Perusahaan maupun dari pihak luar perusahaan.

Adanya pelaksanaan Kuliah Kerja Media (KKM) ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan Mahasiswa dalam berkomunikasi dan menyiapkan diri untuk menghadapi dunia kerja khusus di bidang Public Relation disuatu perusahaan. Dengan mengikuti KKM Mahasiswa nantinya akan banyak terbantu ketika benar-benar masuk dunia kerja yang memang membutuhkan pengalaman dan kemampuan berkomunikasi dengan baik, karena tugas praktisi PR memiliki hubungan yang erat terhadap orang lain, menjaga image perusahaan, menciptakan hubungan yang harmonis dalam menjalin kerja sama, dan menemukan masalah yang dihadapi perusahaan serta menciptakan lingkungan yang ramah dengan tujuan loyalitas dari pihak internal dan eksternal.

Latar belakang kegiatan KKM ini selain sebagai syarat memperoleh gelar Ahli Madya dibidang Public Relation juga karena penulis ingin mengetahui informasi dan kegiatan sehari-hari Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karanganyar, khususnya Bagian Pemberitaan dan Informasi yang dipilih sebagai tempat pelaksanaan KKM, dan memotivasi Mahasiswa agar lebih memahami penempatan ilmu pengetahuan yang diperoleh dari akademis sehingga tidak menjadi sebuah pengetahuan saja, tetapi bermanfaat bagi orang lain khususnya didunia kerja yang menuntut SDM yang berkualitas dan ahli dibidangnya.

B. TUJUAN

1. Tujuan umum dari pengadaan KKM ini adalah :
 - a. Memberikan pengalaman bagi mahasiswa sehingga lebih siap menghadapi dunia kerja dalam masyarakat dan mampu menerapkan wawasan teoritis maupun praktek Ilmu Komunikasi dalam kuliah kerja lapangan.
 - b. Agar mahasiswa mengetahui gambaran jelas dunia komunikasi, terutama di bidang Humas. Serta tantangan dunia kerja yang semakin kompetitif.
 - c. Meningkatkan kreativitas dan profesionalisme mahasiswa, agar dapat memprediksi serta mempersiapkan diri menghadapi persaingan di era globalisasi.
 - d. Agar mahasiswa mampu secara kritis memanfaatkan teknologi komunikasi dalam Humas demi kepentingan masyarakat.

- e. Menjalin dan membina hubungan baik antara Fakultas dengan Lembaga dimana mahasiswa melaksanakan Kuliah Kerja Media.
2. Tujuan khusus pengadaan KKM adalah :
- a. Untuk mengetahui peran Public Relation dalam melaksanakan kegiatannya menyampaikan informasi kepada pihak internal maupun eksternal.
 - b. Untuk mengetahui proses seorang praktisi PR memperoleh informasi dan cara menyampaikan informasi tersebut.
 - c. Bagaimana Public Relation bekerjasama dengan media massa untuk menyampaikan informasi kepada khalayak.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. KOMUNIKASI

Istilah *komunikasi* atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber pada kata *communis* yang berarti sama. *Sama* di sini maksudnya adalah *sama makna*.

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi seringkali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan : *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* (Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa dan Dengan Efek Apa). (Onong Uchjana Effendy, 2005)

Dari paradigma Lasswell tersebut, maka dapat diketahui 5 (lima) unsur dalam komunikasi sebagai jawaban dari pertanyaan tersebut, yakni :

- Who : Komunikator (communicator, source, sender)
- Says What : Pesan (message)
- In Which Channel : Media (channel, media)
- To Whom : Komunikan (communicant, communicate, receiver, recipient)

- With What Effect : Efek (effect, impact, influence)

2. Proses Komunikasi

Proses komunikasi terbagi menjadi 2 tahapan, yakni secara primer dan secara sekunder :

1. Proses komunikasi secara primer

Adalah proses penyampaian pemikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat. gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

2. Proses komunikasi secara sekunder

Adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dalam menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang pada media pertama. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan masih banyak lagi yang lainnya merupakan media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

Unsur-unsur dalam proses komunikasi :

- Sender : komunikator yang menyampaikan pesan kepada seorang atau sejumlah orang.

- Encoding : penyandian, yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.
- Message : pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
- Media : saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator pada komunikan.
- Decoding : pengawasandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna dan lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
- Receiver : komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
- Feedback : umpan balik, tanggapan komunikasi apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
- Noise : gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

B. Public Relation

1. Pengertian Public Relations

Istilah “ hubungan masyarakat” yang disingkat Humas sebagai terjemahan dari public relations, di Indonesia sudah cukup memasyarakat dalam arti kata telah dipergunakan secara luas oleh Departemen, Perusahaan, Organisasi, dan Lembaga.

Definisi Hubungan Masyarakat menurut John E. Marston dalam bukunya *Modern Public Relations* mengatakan sebagai berikut : “Public Relations is planned, persuasive communication designed to influence significant public” oleh karena itu, Public Relation merupakan suatu bidang yang memerlukan perencanaan yang matang. Selain definisi PR, John E. Marston, mempunyai definisi yang lebih baik lagi tentang PR yaitu “Public Relations adalah seni untuk membuat perusahaan anda disukai dan dihormati oleh para karyawan, konsumen, dan penyalurnya.” (Kasali, 1995 : 6)

.Definisi Humas (Public Relation)

Hubungan masyarakat, atau sering disingkat humas (bahasa Inggris: public relation) adalah seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu/ organisasi. Beberapa definisi Humas (Public Relation) yang disampaikan antara lain :

- Definisi Humas (PR) menurut pendapat Scott M. Cutlip, Allen H. Center dan Glen M. Brown menyebutkan :

“Public Relations is the distinctive management function which help establish an mutual lines of communications, understanding, acceptance and cooperation between and its public.”

“(Humas adalah fungsi manajemen secara khusus yang mendukung terbentuknya saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman, penerimaan dan kerjasama antara organisasi dengan berbagai publiknya)” (Soleh Sumirat, Dasar-dasar Public Relations, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004, Hal. 14)

- Fraser P. Seitel, Senior Vice President dan Director of Public Affairs The Chase Manhattan Bank, dalam bukunya The Practice of Public Relations mengemukakan pada tahun 1975 Yayasan Pendidikan dan Penelitian Humas, telah melibatkan 65 pimpinan Humas turut serta dalam suatu penelitian yang menganalisis 472 definisi yang berminat dan merangkumnya dalam 88 kata, yaitu :

“ Public Relations is a distinctive management function which help establish and maintain mutual lines of communications, understanding, acceptance, and cooperation between and organization and its publics; involves the management of problems or issues; helps managements to keep informed on and responsive to public opinion; defines emphasiszesteh responsibility of management to serve the public interest helps management keep abreast of and effectively utilizes chage, serving as an early warning system to help anticipate trends; and uses research and sound and ethical communication techniques as its principal tool’s”

“ (Humas merupakan fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara alur komunikasi, pengertian, dukungan, serta kerjasama suatu organisasi/perusahaan dengan publiknya dan ikut terlibat dalam menangani masalah-masalah atau isu-isu manajemen. Humas membantu manajemen dalam menyampaikan informasi dan tanggap terhadap opini masyarakat. Humas secara efektif membantu manajemen memantau berbagai perubahan)” (Seitel, 1992:8)
(Maria Assumpta Rumanti, Dasar-dasar Public Relations Teori dan Praktik, Jakarta: PT Grasindo, 2004, Hal.12)

- International Public Relations Association (IPRA) memberi definisi Humas karena pada tahun 1960 sudah muncul ribuan definisi. jumlahnya tidak kurang dari 2000 buah definisi yang tercatat. Justru karena begitu banyak definisi akan bisa mengaburkan pengertian Humas itu sendiri. Pada bulan Mei 1960 anggota IPRA berkumpul di Den Haag Belanda. Mereka bersepakat untuk menerima rumusan definisi Humas (Public Relation) sebagai berikut :

“Public Relations is a management function, of a continuing and planned character, through which public and private organizations and institutions seek to win and retain the understanding, sympathy and support of those with whom there are or maybe concerned by evaluating public opinion about themselves, in order to correlate, as far as possible their own policies and procedures, to achieve by planned and widespread information more productive cooperation and more efficient fulfillment of their common interest”

“ (Humas merupakan fungsi manajemen dari sikap budi yang direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan oleh organisasi-organisasi, lembaga-lembaga umum dan pribadi dipergunakan untuk memperoleh dan membina saling pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang ada hubungan dan diduga akan ada kaitannya, dengan cara menilai pendapat masyarakatnya mereka, dengan tujuan sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan ketatalaksanaan, guna mencapai kerjasama yang lebih efisien, dengan kegiatan penerangan yang terencana dan tersebar luas)" (Maria Assumpta Rumanti. dasar-dasar Public Relations Teori dan Praktik, Jakarta: PT Grasindo, 2004, Hal.12)

2. Peran Humas

Seperti halnya definisi Humas, penjelasan mengenai fungsi Humas dalam suatu organisasi banyak disampaikan oleh beberapa pakar Humas.

Secara umum Bertrand R. Canfiel (1956 : 19) dalam bukunya *Public Relations, Principles Cases and Problems* mengemukakan fungsi Humas adalah :

- *It should serve the public's interest*
- *Maintain good communication*
- *Stress good morals and manners*

Menurut Bertrand R. Canfiel tersebut, pada pokoknya kegiatan Humas bertujuan untuk mempengaruhi pendapat, sikap, sifat dan tingkah laku masyarakat dengan jalan menumbuhkan penerimaan dan pengertian dari masyarakat.

Fungsi humas menurut Cutlip & Center dan Canfield, yaitu :

1. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga atau organisasi)
2. Membina hubungan yang harmonis antara badan dan organisasi dengan pihak publiknya sebagai khalayak sasarannya.
3. Mengidentifikasi yang menyangkut opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan atau organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
4. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi untuk tujuan dan manfaat bersama.
5. menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan atau organisasi ke publiknya atau terjadi sebaliknya demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.

Dari berbagai definisi-definisi mengenai pengertian Humas, secara implicit terdapat 3 (tiga) fungsi pelaksana Humas :

1. *To ascertain and evaluate public opinion as relates to his organization*

(mengetahui secara pasti dan mengevaluasi pendapat umum yang berkaitan dengan organisasinya).

2. *To consel executives on ways to dealing with public opinion as it exists*

(menasihati para eksekutif mengenai cara-cara menangani pendapat umum yang timbul).

3. *To use communication to influence public opinion*

(menggunakan komunikasi untuk mempengaruhi pendapat umum).

Peranan Humas (PR) tersebut diharapkan menjadi “mata” dan “telinga” serta “tangan kanan” bagi organisasi atau lembaga, yang ruang lingkup tugasnya antara lain meliputi aktivitas :

- Membina hubungan ke dalam (publik internal)

Yang dimaksud dengan publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit atau badan atau perusahaan atau organisasi itu sendiri. Dan mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat.

- Membina hubungan keluar (publik eksternal)

Yang dimaksud publik eksternal adalah publik umum (masyarakat) mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran yang positif publik terhadap lembaga yang diwakilinya.

Jadi peran humas tersebut bersifat dua arah seperti dijelaskan yaitu berorientasi ke dalam (inward looking) dan keluar (outward looking)

3. Fungsi Humas

Dalam definisi Humas terdapat tiga fungsi pempraktekan hubungan masyarakat, yaitu sebagai berikut :

- a. Mengetahui secara pasti dan mengevaluasi pendapat umum yang berkaitan dengan organisasinya.
- b. Menasehati para eksekutif mengenai cara-cara menangani pendapat umum yang timbul.
- c. Menggunakan komunikasi untuk mempengaruhi pendapat umum.

Sebagai tangan kanan pimpinan dalam memberikan informasi kepada masyarakat dalam menjalin kerjasama hubungan yang harmonis dengan semua pihak baik internal maupun eksternal dalam rangka meningkatkan citra lembaga. Maka fungsi Humas secara keseluruhan adalah sebagai berikut :

- a. Humas adalah bagian yang integral dari fungsi suatu organisasi yang diciptakan sesuai dengan obyekfitas atau tujuan organisasi.
- b. Humas dalam menyampaikan visi dan misi harus ada persamaan persepsi diantara pimpinan, atas dan menengah sehingga birokrasi tidak menghambat pelaksanaan operasional.
- c. Humas perlu melakukan riset, dan mengidentifikasi masalah, menyusun proyek, mengkomunikasikan dan melaksanakan proyek, melakukan pengawasan, dan melakukan modifikasi program.
- d. Humas tidak komersil, promotif tetapi mampu menjembatani pendidikan tinggi dengan masyarakat, pendidikan dengan usaha-usaha pembangunan bangsa, dan pendidikan dengan media massa.

- e. Humas tidak hanya memberikan informasi yang sifatnya baik-baik saja, tetapi Humas justru harus memberikan gambaran yang sejujurnya, bahkan apabila perlu memberikan kesempatan melihat sendiri secara langsung dilapangan.
- f. Humas harus memiliki ruang gerak yang lebih luas dan tidak terlalu direpotkan oleh birokrasi yang ada.
- g. Humas tidak membuat kebijaksanaan, tetapi dapat membantu manajemen dalam merumuskan kebijakan.
- h. Humas membantu pimpinan dalam menetapkan kebijaksanaan pembinaan hubungan yang harmonis dan lancar antara masyarakat dengan perusahaan, mengadakan koordinasi, sinkronisasi, dan kerjasama.
- i. Humas adalah lebih mendekati pada “SENI” daripada “ILMU” yang membantu organisasi dalam mengenalkan tujuan spesifik dari organisasi dimana Humas merupakan unsur penting dalam mencapai keberhasilan suatu perusahaan.
- j. Humas pada dasarnya harus peka terhadap reaksi dan kesan dari mereka yang terkena dari tindakan-tindakan organisasi.

(Swastha DH, 1979 : 270)

4. Stakeholdes (Pihak-pihak yang berkepentingan)

Sebagai ujung tombak pada sebuah perusahaan, seorang Public Relation harus bisa menjalin hubungan yang harmonis dengan para khalayak atau

stakeholders perusahaan. Karena tanpa adanya stakeholders perusahaan tidak berarti apa-apa.

Stakeholders adalah kelompok yang berada didalam maupun diluar perusahaan yang mempunyai peranan dan menentukan keberhasilan suatu perusahaan.

a. Stakeholder Internal

1. Pemegang saham

Pemegang saham memiliki peran yang sangat penting untuk memajukan perusahaan dan juga sebagai pemilik modal.

2. Manajemen dan Top Executive

Manager perusahaan berada dibawah kendali pemilik perusahaan. Hanya dengan kapasitas yang memadai seorang manager dapat tampil secara otonom dalam mengelola perusahaan.

3. Karyawan

Sekalipun kedudukannya dalam pengambilan keputusan tidak besar tetapi karyawan adalah orang yang paling banyak jumlahnya didalam perusahaan.

b. Stakeholder Eksternal

1. Konsumen

Perusahaan tidak dapat dikatakan maju apabila tidak mampu menarik minat konsumen. Konsumen merupakan pembeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

2. Media Massa

Peran media massa sangat besar pengaruhnya pada sebuah perusahaan.

Media massa akan membantu kelancaran publikasi sebuah perusahaan.

3. Pemerintah

Pemerintah diperlukan untuk menciptakan lapangan kerja, melindungi karyawan, melindungi lingkungan sekitar perusahaan, mengatur hukum, menarik minat penanaman modal asing.

4. Bank

Bank sebagai lembaga komersial yang tidak mengandalkan bunga yang diterima, melainkan juga jaminan atas pengambilan pinjaman pokok debitur. Oleh karena itu selain melihat kelayakan usaha, bank juga akan terus memantau kredibilitas sebuah perusahaan, tingkat likuiditas dan jaminan yang dimiliki.

5. Komunitas

Dalam hal ini tugas seorang Public Relation adalah mendidik komunitas agar mereka dapat berhubungan timbal balik. Termasuk didalamnya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka sebagai sumber tenaga kerja perusahaan. PR juga berperan penting untuk menimbulkan pemahaman akan tetapi pentingnya arti komunitas dikalangan manager perusahaan.

(Rhenald Kasali, 1995 : 63)

5. Humas Pemerintahan

Humas dalam lembaga pemerintahan (Departemen, Lembaga Non-departemen, Badan Usaha Milik Negara / BUMN) merupakan keharusan fungsional dalam rangka tugas penyebaran informasi tentang kebijakan program dan kegiatan lembaga pemerintah kepada masyarakat. Humas pemerintah bertugas memberikan informasi dan penjelasan kepada publik mengenai kebijakan dan langkah-langkah yang diambil pemerintah serta mengusahakan tumbuhnya hubungan yang harmonis antara lembaga dengan publiknya dan memberikan pengertian kepada publik tentang apa yang dikerjakan oleh instansi pemerintah dimana Humas itu berada dan berfungsi.

Pada dasarnya tugas Humas Pemerintahan adalah sebagai berikut :

- a. Memberikan penerangan dan pendidikan kepada masyarakat tentang kebijakan, langkah-langkah, dan tindakan-tindakan pemerintah, serta memberikan pelayanan kepada masyarakat berupa informasi yang diperlukan secara terbuka, jujur, dan objektif.
- b. Memberikan bantuan kepada media berita berupa bahan-bahan informasi mengenai kebijakan-kebijakan dan langkah-langkah serta tindakan pemerintah, termasuk fasilitas peliputan kepada media berita untuk acara-acara resmi yang penting. Pemerintah merupakan sumber informasi yang penting bagi media, karena itu sikap keterbukaan informasi sangat diperlukan.

- c. Mempromosikan kemajuan pembangunan ekonomi dan kebudayaan yang telah dicapai oleh bangsa kepada khalayak di dalam negeri, maupun luar negeri.
- d. Memonitoring pendapat umum tentang kebijakan pemerintah, selanjutnya menyampaikan tanggapan masyarakat dalam bentuk *feedback* kepada pimpinan instansi pemerintah yang bersangkutan sebagai input.

(F. Rachmadi, 1993 : 77-78)

6. Press Release

Press release adalah segala bentuk informasi yang hendak disebarkan kepada pers, biasanya media cetak. Ada tiga bentuk press release, yaitu :

- a. *Basic Publicity Release*, meliputi informasi umum yang mengandung nilai berita bagi media local, regional, maupun nasional.
- b. *Product Release*, informasi yang disebarkan berkaitan dengan peluncuran produk baru atau berkaitan dengan produk perusahaan.
- c. *Financial Release*, informasi mengenai keuangan yang menyangkut perusahaan besar atau nilai keuangan yang besar. Maka menarik media bisnis dan ekonomi.

Para editor atau surat kabar atau majalah mempunyai kriteria yang berbeda untuk menerima atau menolak *pres release*, namun mereka akan sangat memperhatikan berita selama ini disajikan cukup relevan dengan filosofi yang dianut media. Maka perlu diperhatikan :

a. Judul yang diangkat

Judul yang diangkat oleh praktisi PR dalam *press release* tentu tidak harus menjadi judul surat kabar, tetapi prinsip pemberian judul keduanya adalah sama. Judul harus menarik perhatian dan mewakili isi berita.

b. Kalimat pembuka

Kalimat pertama dalam tubuh *press release* sebaiknya memuat informasi tentang 5W + 1H, yakni :

Who (siapa)

What (apa)

When (kapan)

Where (dimana)

Why (kenapa)

How (bagaimana)

c. Akurasi

Editor umumnya tidak akan mudah percaya begitu saja pada isi berita yang disebarkan perusahaan. Editor akan melakukan pengecekan apakah isi tersebut memberikan data yang tepat.

d. Bahasa

Editor surat kabar biasanya tidak melakukan banyak perubahan karena waktunya sangat terbatas. Yang biasa dilakukan adalah pemotongan atas kalimat yang tidak efektif dan isi berita yang dirasa tidak perlu. Editor akan menolak berita yang ditulis dengan bahasa yang tidak memenuhi kaidah Bahasa Indonesia yang benar.

e. Eksklusifitas

Jika release saudara adalah eksklusif, beritahukanlah editor agar ia tahu bahwa berita itu benar-benar penting. Berita eksklusif biasanya diberikan oleh perusahaan kepada satu media saja yang akan dianggap penting dan mempunyai peredaran dan pengaruh yang luas.

f. Relevansi

Editor akan melihat apakah berita tersebut relevan dengan misi media dan kepentingan pembacanya.

(Rhenald Kasali, 1995 : 170)

7. Kegiatan Media Relation

a. Pentingnya Public Relations Membina Hubungan Pers

Salah satu kegiatan Public Relations dalam memberikan informasi kepada masyarakat untuk memperoleh dukungan dan kepercayaan public adalah kegiatan hubungan pers (*press relation atau media relation*) yakni membina hubungan baik dengan kalangan pers yang mengelola media cetak (surat kabar dan majalah) dan media elektronik (televise atau radio).

Menurut Oemi Abdurachman yang dikutip oleh Soleh Soemirat (2004 :122) penting sekali dalam sebuah kegiatan Public Relation menjalin hubungan pers atau media relations yang baik dengan para pemimpin dan wartawan surat kabar, majalah, radio, dan televisi. Hubungan yang tidak baik antara PR dengan pers dalam menyampaikan informasi dapat menimbulkan berita-berita atau tulisan

yang tidak akurat, bahkan berita yang tidak benar tentang perusahaan itu yang pasti dapat merugikan perusahaan tersebut. Dalam membina hubungan pers yang baik, PR harus mengerti seluk beluk media massa itu sendiri. Fungsi PR adalah membina hubungan yang baik dengan eksternal public (khususnya media pers) karena PR tidak hanya mengandalkan media internal yang dimilikinya, tetapi juga memerlukan media massa untuk publikasi berbagai kegiatan perusahaan. Pemeliharaan hubungan yang baik dengan pers tidak akan membuat kesulitan bagi seorang praktisi PR dalam menyebarkan informasi kepada publik melalui media.

Beberapa prinsip untuk membina hubungan baik dengan pers menurut Frank Jefkins yang dikutip oleh Soleh Soemirat (2004 : 124-125), adalah :

1. *By servicing the media* yaitu memberikan pelayanan kepada media, seperti menciptakan kerjasama dengan media sehingga terjadi hubungan timbale balik.
2. *By establishing a reputations for reability* yaitu menegakkan suatu reputasi agar dapat dipercaya antara perusahaan dengan media relations.
3. *By supplying good copy* yaitu memasok naskah yang baik.
4. *By cooperations in providing material* yaitu melakukan kerjasama yang baik dalam menyediakan bahan informasi.
5. *By providing verification facilities* yaitu penyediaan fasilitas yang memadai sehingga memudahkan kerja wartawan dalam membuat berita.
6. *By building personal relationship with the media* yaitu membangun hubungan secara personal dengan media, hal ini yang mendasari keterbukaan dan saling menghormati profesi masing-masing.

b. Bentuk-bentuk Kegiatan Hubungan Pers

Dalam upaya untuk membina hubungan pers, maka seorang PR akan melakukan berbagai kegiatan yang bersentuhan dengan pers antara lain :

1. Konferensi Pers, temu pers atau jumpa pers

Yaitu diberikan secara berbarengan oleh seseorang pejabat pemerintah atau swasta kepada wartawan. Syarat utama dari sebuah konferensi pers adalah berita yang disampaikan kepada wartawan sangat penting. Sebuah konferensi pers akan hilang fungsinya bila berita disampaikan tidak penting, apalagi samapi diliput oleh radio.

2. Press Tour

Yaitu diselenggarakan oleh suatu organisasi atau lembaga untuk mengunjungi daerah tertentu.

3. Press Release

Siaran pers sebagai publisitas yaitu media yang banyak digunakan dalam kegiatan kehumasan karena dapat menyebarkan berita. Istilah press release mempunyai pengertian yang luas, tidak hanya berkenaan dengan media cetak tetapi juga mencakup media elektronik.

(Soleh Soemirat, 2004 : 128-129)

BAB III

DESKRIPSI DINAS PERHUBUNGAN KOMUNIKASI DAN INFORMASI

KABUPATEN KARANGANYAR

A. SEJARAH BERDIRINYA DISHUBKOMINFO KAB.KARANGANYAR

Otonomi daerah yang diatur dalam UU No 32 tahun 2004 merupakan kesempatan dan keleluasaan yang luas bagi daerah dalam menentukan prioritas bagi pengembangan dari pertumbuhan sektor yang dapat mensejahterakan di daerah tersebut. Salah satu sektor yang penting meliputi Sektor Perhubungan, Komunikasi, dan Informatika karena sektor ini sangat penting dan strategis dalam kaitannya dibidang kelancaran perhubungan dan penyebarluasan Komunikasi dan Informasi di Kabupaten Karanganyar. Hal ini dikarenakan sektor tersebut merupakan sektor yang dinamis, berkembang dengan cepat, dan membutuhkan SDM yang berkualitas dan berdaya guna tinggi demi peningkatan arus informasi dari Pemerintah Daerah kepada masyarakat

Sampai pada tahun 2008, sektor Perhubungan yang sebelumnya merupakan Dinas Lalu Lintas dan Angkutan Jalan belum tergabung dengan sektor Komunikasi dan Informasi yang sebelumnya merupakan Kantor Informasi dan Komunikasi (KIK). Hingga kemudian kedua sektor tersebut digabung menjadi satu, yaitu menjadi Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karanganyar. Pada tahun 2009 Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika (Dishubkominfo) Kabupaten Karanganyar dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah

No 15 Tahun 2009 tentang organisasi dan Tata Kerja Lembaga Teknis Daerah Kabupaten Karanganyar. Kemudian dilaksanakan penataan Susunan Organisasi dan Tata Kerja Dishubkominfo sesuai Peraturan Daerah No 2 tahun 2009 menjadi Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karanganyar.

Dengan dibentuknya Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karanganyar diharapkan berbagai permasalahan dan tantangan yang sangat kompleks dapat diatasi atau dicarikan solusinya oleh Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karanganyar. Dalam konteks ini, mesti dikembangkan kemampuan bersama untuk memperkuat posisi masyarakat di daerah (baik secara politik, ekonomi maupun budaya) dengan menjadikan Pemerintah sebagai fasilitator dan pelayan masyarakat.

B. VISI, MISI, DAN TUJUAN DISHUBKOMINFO KAB.KARANGAYAR

1. VISI

“Terwujudnya sistem Transportasi dan Perhubungan yang efisien, aman, lancar, tertib, dan teratur serta terwujudnya masyarakat Karanganyar yang Informatif dan Komunikatif”

- a. Menciptakan sistem transportasi yang aman, lancar, dan tertib agar masyarakat merasa nyaman berkendara.
- b. Meningkatkan penyediaan sarana, prasarana, dan fasilitas perhubungan untuk mengurangi kecelakaan lalu lintas dan menghindarkan masyarakat dari kesesatan dalam perjalanan.

- c. Meningkatkan kualitas pelayanan Angkutan Umum dengan memberikan pemahaman pada kru Angkutan tentang Peraturan / Undang-Undang Lalu Lintas.
- d. Menciptakan masyarakat Karanganyar yang informatif dan komunikatif melalui penyebaran informasi secara tepat dan akurat.
- e. Menciptakan masyarakat Karanganyar yang komunikatif sehingga dapat terjalin hubungan yang sinergi dengan Pemerintah Kabupaten Karanganyar untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan.
- f. Mewujudkan Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika sebagai pusat data di Kabupaten Karanganyar.

2. MISI

Misi Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karanganyar adalah sebagai berikut :

- a. Meningkatkan kualitas pelayanan administrasi perkantoran.
- b. Meningkatkan sarana prasarana dan pelayanan dibidang perhubungan.
- c. Meningkatkan keamanan, ketertiban, dan kelancaran lalu lintas.
- d. Mewujudkan masyarakat yang informatif dan komunikatif.

Penjelasan Misi :

- a. Untuk meningkatkan kemampuan dan keahlian SDM dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya secara optimal.

- b. Menyusun perencanaan kebutuhan sarana, prasarana, dan fasilitas perhubungan untuk menciptakan pelayanan yang baik kepada masyarakat.
- c. Mengadakan sosialisasi Peraturan / Undang-Undang lalu lintas kepada masyarakat dan kru angkutan umum agar tercipta pelayanan yang baik pada penumpang.
- d. Menyebarluaskan informasi kepada masyarakat melalui berbagai media.
- e. Mendorong partisipasi masyarakat dengan mengadakan kegiatan dialog interaktif dengan Pejabat Pemerintah Kabupaten Karanganyar.
- f. Menjalin kerjasama dan koordinasi dengan SKPD se Kabupaten Karanganyar untuk kelancaran kegiatan dibidang Perhubungan, Komunikasi dan Informatika.

3. TUJUAN

Tujuan merupakan penjabaran atau implementasi visi dan misi dalam bentuk yang lebih terarah dan operasional untuk kurun waktu 1 (satu) sampai dengan 5 (lima) tahun ke depan. Oleh karena itu berdasarkan visi dan misi Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karanganyar, dan tujuan tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Terciptanya pelayanan administrasi perkantoran secara memadai.
- b. Terwujudnya sarana dan prasaranaperhubungan secara memadai.
- c. Terwujudnya pelayanan yang baik kepada masyarakat secara memadai.
- d. Terwujudnya keamanan lalu lintas yang memadai.
- e. Meningkatkan kualitas pelayanan informasi kepada masyarakat.

Dalam rangka mewujudkan Kabupaten Karanganyar yang lebih maju, sejahtera, mandiri, adil, makmur baik materil maupun spiritual berdasarkan Pancasila, Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karanganyar berusaha untuk mewujudkan Visi dan Misi yang telah ditentukan.

C. STRATEGI KEBIJAKAN DAN PROGRAM DISHUBKOMINFO KAB. KARANGANYAR

1. KEBIJAKAN DI BIDANG KOMUNIKASI dan INFORMATIKA

Kebijakan pembangunan Bidang Komunikasi dan Informatika diarahkan untuk hal-hal sebagai berikut :

- a. Mendorong partisipasi masyarakat dalam berbagai kegiatan pembangunan.
- b. Meningkatkan kualitas dan kuantitas hubungan kerjasama dengan media massa dalam penyebaran informasi kepada masyarakat.
- c. Mengefektifkan media yang ada sebagai sarana untuk penyebaran informasi.
- d. Meningkatkan hubungan dengan stakeholders untuk mewujudkan masyarakat yang informatif dan komunikatif.

2. PROGRAM DI BIDANG KOMUNIKASI dan INFORMATIKA

Program-program yang disiapkan Dishubkominfo Kab.Karanganyar sebagai alat informasi kepada masyarakat dan untuk peningkatan SDM di bidang informasi dan komunikasi adalah sebagai berikut :

- a. Pelatihan SDM dalam bidang komunikasi dan informasi.

- b. Bimbingan teknis informasi dan komunikasi.
- c. Kerjasama dengan media massa.
- d. Jumpa pers / kemitraan dengan pers.
- e. Kegiatan siaran televisi.
- f. Kegiatan siaran RSPD.
- g. Membuat pres release.
- h. Klipping pers.
- i. Kegiatan siaran keliling.
- j. Penerbitan Majalah Intanpari Karanganyar Tentram.

3. PROGRAM KERJA BIDANG KOMUNIKASI dan INFORMATIKA

- a. Dalam menciptakan masyarakat Karanganyar yang Informatif, Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika telah mewujudkannya dengan baik. Akan tetapi sebagian besar wilayah Kecamatan di Kab. Karanganyar belum memiliki Kelompok Informasi Masyarakat (K I M) sebagai penyampai informasi di bidang informasi dan komunikasi. Untuk itu perlu diupayakan terbentuknya Kelompok Informasi Masyarakat baru disemua wilayah Kecamatan bahkan sampai ke desa-desa. Yang diharapkan dapat menyebarkan Informasi pembangunan setelah mereka mendapat informasi dari berbagai media.
- b. Dalam upaya menumbuhkan dan meningkatkan partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan pembangunan, Bidang Kominfo telah menggandeng masyarakat untuk aktif dalam berbagai kegiatan pembangunan dalam dialog interaktif yang diselenggarakan oleh berbagai

media elektronik maupun media cetak. Untuk lebih mengefektifkan kegiatan tersebut masih perlu penambahan dan pembenahan agar dapat menampung seluruh aspirasi masyarakat.

- c. Dalam merealisasikan peran dan fungsi Dishubkominfo sebagai pusat informasi di Kab. Karanganyar dapat dilaksanakan secara maksimal, untuk itu perlu memberdayakan dan mengefektifkan Media Centre sebagai pusat informasi serta meningkatkan hubungan kerjasama dengan stakeholders sebagai sumber data dan informasi.

D. GAMBARAN UMUM DAERAH KAB.KARANGANYAR

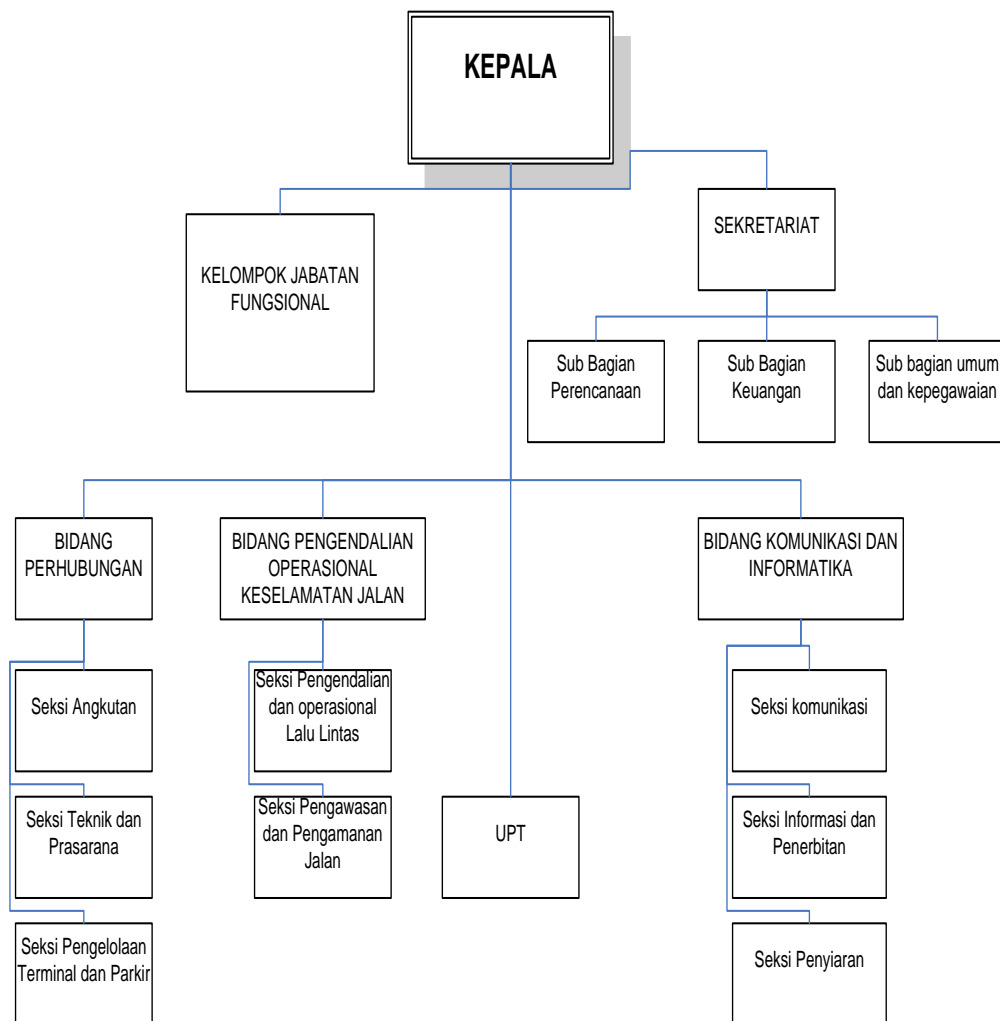
Secara administratif wilayah Kabupaten Karanganyar terbagi 162 Desa dan 15 Kelurahan. Luas wilayah seluruhnya 773,78 HA yang secara geografis merupakan bagian dari Provinsi Jawa Tengah jumlah penduduk sesuai dengan data tahun 2008 adalah 865.580 jiwa dengan angka pertumbuhan rata-rata per tahun 0.87% yang memiliki motto INTANPARI (Industri, Pertanian, dan Pariwisata) merupakan andalan Kabupaten Karanganyar dalam menunjang keberhasilan pembangunan. Dengan batas-batas wilayah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara : Kab. Sragen
- b. Sebelah Barat : Kab. Boyolali
- c. Sebelah Selatan : Kab. Sukoharjo dan Wonogiri
- d. Sebelah Timur : Provinsi Jawa Timur

E. STRUKTUR ORGANISASI DISHUBKOMINFO KAB.KARANGANYAR

Bagan Struktur Organisasi

Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informasi Kabupaten. Karanganyar



Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika (Dishubkominfo) Kabupaten Karanganyar dibentuk berdasarkan Peraturan daerah no 15 Tahun 2009 tentang organisasi dan tata kerja Lembaga Teknis Daerah Kabupaten Karanganyar.

Dishubkominfo Kabupaten Karanganyer adalah unsur pelaksanaan Pemerintah Daerah di bidang Perhubungan, Komunikasi, dan Informatika yang dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang berada di bawah dan bertanggung jawab pada Bupati. Susunan Organisasi dan tata kerja Dishubkominfo sesuai Peraturan daerah no 2 tahun 2009 terdiri dari :

I. Kepala Dinas

- a. Kepala kantor Informasi dan Komunikasi mempunyai tugas pokok membantu Bupati dalam penyelenggaraan Pemerintah Daerah dibidang informasi dan komunikasi.
- b. Untuk penyelenggaraan tugas pokok tersebut Kepala Kantor mempunyai fungsi
- c. Merumuskan kebijakan teknis dibidang informasi dan kominikasi yang meliputi perencanaan, pengkajian, dan pemberdayaan informasi, kehumasan, komunikasi serta promosi.
- d. Memberikan pelayanan dan menunjang dalam penyelenggaraan Pemerintahan Daerah dibidang informasi dan komunikasi yang meliputi perencanaan, pengkajian, dan pemberdayaan informasi, kehumasan, komunikasi serta promosi.

- e. Mengkoordinasi penyelenggaraan Pemerintah Daerah dibidang komunikasi yang meliputi perencanaan, pengkajian, dan pemberdayaan informasi, kehumasan, komunikasi serta promosi.
- f. Melaksanakan tugas lain yang diberikan Bupati sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya.

II. Sekretariat, terdiri dari :

a. Sub Bagian Perencanaan

Kepala Bagian Perencanaan, pengkajian dan pemberdayaan informasi mempunyai tugas pokok membantu Kepala Dinas dalam rangka perencanaan, pengkajian dan pemberdayaan informasi. Untuk menyelenggarakan tugas pokok tersebut seksi perencanaan, pengkajian dan pemberdayaan informasi mempunyai fungsi

- Menyusun rencana dan program kegiatan dalam perencanaan, pemberdayaan, dan pengkajian informasi.
- Melaksanakan perencanaan dan program kegiatan dalam perencanaan, pemberdayaan, dan pengkajian informasi.
- Melaksanakan pengendalian, evaluasi, dan pelaporan.

b. Sub Bagian Keuangan

c. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian

III. Bidang Perhubungan, terdiri dari :

a. Seksi Angkutan

Kepala seksi Angkutan mempunyai tugas membantu Kepala Bidang Perhubungan dalam melaksanakan penyiapan bahan perumusan kebijakan, koordinasi, pembinaan, dan pengendalian, angkutan.

Fungsi dari Seksi Angkutan

- a. Penyusunan program kegiatan seksi Angkutan berdasarkan Peraturan perundangan-undanganyang berlaku dan sumber data yang tersedia sebagai pedoman pelaksanaan kegiatan.
- b. Evaluasi terhadap pelayanan angkutan sesuai dengan ijin yang diberikan pada setiap ruas *trayek* melalui survey perhitungan kepadatan penumpang untuk mengetahui *load factor* sehingga dapat disimpulkan jumlah armada yang berpotensi masih layak atau tidak.
- c. Melakukan analisa dan perhitungan dan penetapan tarif angkutan penumpang umum.

b. Seksi Teknik dan Prasarana

c. Seksi Pengelola dan Parkir

IV. Bidang Pengendalian dan Operasional Keselamatan Jalan, terdiri dari :

- a. Seksi Pengendalian dan Operasional Lalu Lintas
- b. Seksi Pengawas dan Pengamanan Jalan

V. Bidang Komunikasi dan Informatika, terdiri dari :

- a. Seksi Komunikasi

Kepala Seksi Komunikasi mempunyai tugas pokok membantu Kepala Dinas dibidang komunikasi. Untuk menyelenggarakan tugas pokok tersebut Seksi Komunikasi mempunyai fungsi :

- Menyusun rencana program kegiatan komunikasi.
- Melaksanakan komunikasi dan promosi daerah.
- Melayani komunikasi perizinan / rekomendasi media komunikasi dan informasi.
- Mengawasi, mengendalikan, mengevaluasi dan pelaporan dibidang komunikasi.

b. Seksi Informasi dan Pemberitaan

Fungsi dari Seksi informasi dan Pemberitaan dalam kantor Informasi dan Komunikasi adalah :

- Perencanaan dan penyusunan program dibidang informasi dan pemberitaan.
- Pelaksanaan kegiatan Informasi dan Pemberitaan, peliputan, dan pelayanan informasi dan keterangan pers.
- Pengawasan atau pengendalian dan evaluasi dan pelaporan pemberitaan.

Tugas seksi Informasi dan Pemberitaan

- Merencanakan, menyusun dan melaksanakan program seksi informasi dan pemberitaan.

- Mengumpulkan, mengkaji dan menganalisa informasi yang berasal dari media massa, masyarakat, lembaga-lembaga pemerintah di daerah maupun lembaga lainnya.
- Meliput dan mendokumentasikan segala kegiatan pemerintah daerah, instansi pemerintah lainnya serta mengikuti perkembangan yang terjadi dalam masyarakat.
- Menyusun dan menyiapkan release atau berita tentang pelaksanaan pembangunan dan hasil-hasilnya baik kepada internal publik maupun eksternal publik.
- Meningkatkan peranan dan fungsi pers, televisi, radio, dan film.
- Membuat counter issue melalui media yang ada.
- Menyelenggarakan forum komunikasi kehumasan.
- Menyelenggarakan jumpa pers.
- Menyiapkan bahan keterangan pers.
- Memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat melalui media massa.
- Mengadakan koordinasi dengan seksi-seksi dalam lingkungan Dishubkominfo Kabupaten Karanganyar.
- Menyusun dan menyelenggarakan laporan kegiatan.
- Melaksanakan tugas pokok lainnya yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai tugas pokok dan fungsinya.

Tugas Internal seksi informasi dan pemberitaan

- Mendokumentasikan hasil liputan.

- Menyiapkan bahan-bahan keterangan pers.
- Membuat siaran pers atau perss release.
- Mencari dan mencatat kegiatan Bupati.
- Membuat klipping surat kabar yang memuat berita tentang Karanganyar

Tugas Eksternal seksi informasi dan pemberitaan

- Melakukan peliputan daerah Pemkab. Karanganyar.
- Merencanakan dan mempersiapkan kegiatan jumpa pers dan wartawan.
- Meliput kegiatan instansi pemerintah serta mengikuti perkembangan di masyarakat.
- Membuat klipping kemudian didistribusikan ke Bupati, Setda dan Asisten I Setda Karanganyar.
- Mendistribusikan berita ke bagian penyiaran (RSPD).
- Mengirim siaran pers kepada wartawan atau media massa.

c. Seksi Penyiaran

Kepala Seksi Penyiaran mempunyai tugas pokok membantu Kepala Dinas dalam bidang penyiaran. Untuk penyelenggaraantugas pokok tersebut Seksi Penyiaran mempunyai fungsi :

- Menyusun rencana dan program penyiaran.
- Melaksanakan program kegiatan penyiaran.
- Melayani perizinan di bidang penyiaran.
- Mengendalikan, mengevaluasi, dan pelaporan dibidang penyiaran.

BAB IV

PELAKSANAAN KULIAH KERJA MEDIA (KKM)

A. Tempat Pelaksanaan KKM

Kegiatan KKM Penulis berlangsung dari 01 februari sampai 30 Maret 2010 di Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karanganyar di bagian Informasi dan Pemberitaan yang beralamatkan Jl. Lawu Kompleks Perkantoran Cangkan Kabupaten Karanganyar.

Kegiatan selama KKM di Bagian Informasi dan Pemberitaan antara lain :

1. Mengelola kunjungan
2. Membuat dokumentasi foto
3. Membuat dokumentasi video
4. Membuat press release
5. Membuat klipping
6. Peliputan kegiatan Bupati Kab. Karanganyar
7. Membuat rekapitulasi kegiatan bulanan
8. Menyusun hasil dokumentasi foto dan video
9. Mengirim hasil klipping ke Setda
10. Membuat materi pidato Bupati Kab. Karanganyar

B. Diskripsi Kerja KKM

Adapun peran serta Penulis selama KKM adalah membantu tugas dari Bagian Informasi dan Pemberitaan dalam melaksanakan kegiatan yang sesuai fungsinya, menunjang visi dan misi Dishubkominfo Kab. Karanganyar. Untuk itu, jenis kegiatan yang dilakukan Penulis tidaklah terlalu kompleks sebagaimana yang dilakukan para Praktisi Public Relations Dishubkominfo Kab. Karanganyar sesungguhnya. Penulis melakukan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan komunikasi dan menggunakan media relation dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, sebagaimana yang Penulis dapat pada saat perkuliahan berlangsung.

Pada minggu pertama Penulis yang diperkenalkan kepada seluruh staf Dishubkominfo dan pengenalan daerah Karanganyar serta menjelaskan tugas-tugas yang harus dilakukan agar memudahkan Penulis ketika melakukan peliputan kegiatan yang dilakukan Bupati dan Wakil Bupati Kab. Karanganyar. Tugas-tugas yang harus dilaksanakan antara lain :

Tugas Internal seksi informasi dan pemberitaan

- Mendokumentasikan hasil liputan.
- Menyiapkan bahan-bahan keterangan pers.
- Membuat siaran pers atau perss release.
- Mencari dan mencatat kegiatan Bupati.
- Membuat klipping surat kabar yang memuat berita tentang Karanganyar

Tugas Eksternal seksi informasi dan pemberitaan

- Melakukan peliputan daerah Pemkab. Karanganyar.
- Merencanakan dan mempersiapkan kegiatan jumpa pers dan wartawan.
- Meliput kegiatan instansi pemerintah serta mengikuti perkembangan di masyarakat.
- Membuat klipping kemudian didistribusikan ke Bupati, Setda dan Asisten I Setda Karanganyar.
- Mendistribusikan berita ke bagian penyiaran (RSPD).
- Mengirim siaran pers kepada wartawan atau media massa.

Pada minggu kedua Penulis lebih di fokuskan bagaimana cara membuat klipping yang benar dan sesuai dengan aturan instansi daerah. Klipping yang buat setiap hari dan klipping yang dipilih adalah berita-berita yang terjadi di daerah Karanganyar dari berbagai surat kabar (Solopos, Suara Merdeka, Joglosemar, Gema Rakyat, dan Jawa Pos) setelah klipping dibuat dan di fotocopy, klipping harus segera diserahkan kepada Setda yang kemudian akan dibaca langsung oleh Bupati dan Wakil Bupati Karanganyar untuk mengetahui apa saja yang sedang terjadi dan apa yang diinginkan masyarakat untuk kesejahteraan mereka. Sehingga dalam membuat klipping haruslah rapi dan urutan yang tepat, karena biasanya dalam surat kabar terdapat bagian yang bertuliskan “bersambung ke halaman...” jadi diperlukan ketelitian dalam menyusun dan mengunting klipping. Sehingga tidak membuat sulit ketika dibaca oleh Bupati dan Wakil Bupati Karanganyar. Pada minggu kedua ini Penulis sedikit mengalami kesulitan dalam menyusun

klipping, karena dalam menyusun klipping untuk suatu instansi Pemerintah berbeda dengan menyusun klipping ketika Penulis masih sekolah. Tetapi dengan bantuan yang diberikan staf Bagian Informasi dan Pemberitaan Penulis dapat melakukan tugasnya dengan baik.

Pada minggu ketiga hingga minggu keenam Penulis lebih banyak melakukan liputan setiap kegiatan yang dilakukan Bupati dan Wakil Bupati Karanganyar. Dalam melaksanakan liputan, Penulis dibantu oleh staf Bagian Informasi dan Pemberitaan. Dalam melakukan peliputan Penulis lebih difokuskan untuk mendokumentasikan kegiatan yang berlangsung, dan biasanya pengambilan dokumentasi harus ada Bupati ataupun yang mewakilinya dan tidak boleh sembarangan dalam mendokumentasikan kegiatan. Karena dalam melakukan peliputan ada tata cara sendiri dalam pengambilan gambar, berbeda sewaktu pengambilan gambar untuk suatu objek pemandangan misalnya. Etika tersebut tidak jauh berbeda dengan kode etik wartawan ketika meliput. Dalam melakukan peliputan Penulis tidak terlalu mengalami kesulitan dalam menggunakan alat kamera SLR dan kamera Video, karena sewaktu perkuliahan Penulis sudah mendapat mata kuliah audiovisual. Kesulitan yang di alami Penulis adalah pengetahuan Daerah liputan yang masih kurang dan tata cara peliputan yang sesuai dengan kode etik yang ada. Pada tanggal 10 Maret 2010, Penulis melakukan liputan kegiatan Rapat Koordinasi Penempatan Tenaga Kerja Indonesia dan Penerimaan tamu dari Malaysia di Pendopo Rumah Dinas Bupati Karanganyar. Dalam kegiatan liputan ini, Penulis di beri kepercayaan untuk membuat materi sambutan yang akan digunakan oleh Bupati Karanganyar. Dalam

membuat materi sambutan, Penulis banyak dibantu oleh staf Bagian Informasi dan Pemberitaan. Selain mendapat kepercayaan untuk membuat naskah sambutan Bupati Karanganyar, Penulis juga melakukan peliputan dari acara dimulai hingga acara berakhir. Dalam melakukan peliputan Penulis lebih sering mendokumentasikan kegiatan dengan menggunakan kamera SLR dan dibantu oleh staf Bagian Informasi dan Pemberitaan.

Pada hari Sabtu, 20 Maret 2010 Penulis mendapat kesempatan untuk melakukan liputan kegiatan Pemandangan Umum Fraksi DPRD Kab. Karanganyar tentang LKPJ Bupati Karanganyar tahun 2009. Dalam liputan kali ini Penulis mengalami kesulitan yang sangat berat, karena posisi pengambilan gambar yang sulit dan juga kondisi dalam rapat kurang begitu kondusif, tetapi selama liputan Penulis banyak dibantu oleh Bpk. Haryo.A sebagai pembimbing lapangan. Sehingga semua kesulitan yang dihadapi Penulis bisa diatasi karena bantuan Bpk. Haryo A, dank arena kesabaran beliau Penulis bisa memahami bagaimana cara pengambilan gambar yang benar dan gambar tersebut bisa menjelaskan situasi yang terjadi. Dan pada hari yang sama Penulis juga melakukan liputan kegiatan Sidang Paripurna di DPRD Kab. Karanganyar untuk membahas hasil Pandangan Umum Fraksi DPRD tentang LKPJ Bupati Karanganyar tahun 2009. Hasil keputusan dari rapat anggota DPRD tentang LKPJ Bupati Karanganyar tahun 2009 adalah menyetujui dan menerima LKPJ Bupati Karanganyar 2009 dengan syarat melakukan perubahan khususnya di bidang infrastruktur yang banyak mengalami kerusakan seperti, perbaikan pada jembatan dan jalan yang rusak dan memperbanyak pembangunan sarana olah raga. Selain

peliputan di DPRD, masih banyak peliputan yang dilakukan oleh penulis, antara lain :

- a. Liputan kegiatan SMEA Bhineka Karya Karanganyar menang 2-0 atas SMAN 5 Logolmoyo Wonogiri.
- b. Liputan kegiatan pembinaan kepala sekolah untuk profesionalisme dalam mengabdikan Pendopo Rumah Dinas.
- c. Liputan kegiatan Kunker Komisi B DPRD Kab. Karanganyar di Setda
- d. Liputan penandatanganan persetujuan bersama DPRD dengan Bupati Kab. Karanganyar tentang Prolegda tahun 2010-2013.
- e. Liputan kegiatan sarasehan BAZIZ Kab. Karanganyar.
- f. Liputan di Pendopo Rumah Dinas Bupati Karanganyar dengan tema “Ceramah pencegahan, penanggulangan, dan peredaran HIV-AIDS”
- g. Liputan kegiatan volley bersama Muspida di Setda.
- h. Liputan Workshop Sosialisasi Lingkungan Hidup digedung Widusata Sondokoro, Tasikmadu.
- i. Liputan di Setda Bupati Karanganyar untuk menerima siswa SMA N 1 Karanganyar dalam kaitan tugas Bahasa Indonesia.
- j. Liputan pelepasan rapat anggota tim sepak bola Kabupaten Karanganyar di Liga Pelajar Indonesia.

Pada minggu ketujuh hingga minggu kedelapan Penulis belajar bagaimana membuat press release setelah melakukan kegiatan liputan. Pada dua minggu terakhir ini Penulis benar-benar membuat press release sendiri tanpa dibantu lagi oleh staf Bagian Informasi dan Pemberitaan, karena sebelum-sebelumnya ketika

Penulis selesai melakukan kegiatan liputan Penulis sering dibantu staf Bagian Informasi dan Pemberitaan dalam membuat press release. Dalam membuat press release semua materi didapat dari hasil kegiatan yang dilakukan Bupati atau Wakil Bupati Karanganyar, setelah press release selesai dibuat langsung diserahkan kepada wartawan dari berbagai media cetak yang kemudian dicetak dan diterbitkan agar langsung bisa dibaca oleh masyarakat Karanganyar khususnya. Press release adalah segala bentuk informasi yang hendak disebarkan kepada pers, biasanya media cetak. Ada tiga bentuk press release, yaitu :

- a. *Basic Publicity Release*, meliputi informasi umum yang mengandung nilai berita bagi media local, regional, maupun nasional.
- b. *Product Release*, informasi yang disebarkan berkaitan dengan peluncuran produk baru atau berkaitan dengan produk perusahaan.
- c. *Financial Release*, informasi mengenai keuangan yang menyangkut perusahaan besar atau nilai keuangan yang besar. Maka menarik media bisnis dan ekonomi

Dalam instansi pemerintahan, press release yang biasa digunakan adalah *Basic Publicity Release* karena meliputi informasi yang dibutuhkan oleh khalayak. Dengan memiliki informasi yang akurat khalayak bisa merasakan apa yang sedang terjadi disekitarnya. Karena peran Humas tidak hanya memberikan informasi yang sifatnya baik-baik saja, tetapi Humas justru harus memberikan gambaran yang sejujurnya, bahkan apabila perlu memberikan kesempatan melihat sendiri secara langsung dilapangan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Public Relation merupakan fungsi manajemen suatu perusahaan, yaitu membantu pihak lain baik internal maupun pihak eksternal dalam melaksanakan kebijakan-kebijakan perusahaan dan mengembangkan hubungan yang baik dengan berbagai macam pihak yang berkepentingan dengan perusahaan.

Dalam menjalankan tugasnya Public Relation berperan menciptakan iklim komunikasi yang sehat dan terbuka. Setelah melaksanakan KKM di Dishubkominfo selama 2 (dua) bulan, dari pelaksanaan KKM yang telah Penulis lakukan selama 2 (dua) bulan dapat disimpulkan bahwa peran Public Relation dalam pelaksanaan media relation di Bagian Informasi dan Pemberitaan yang memiliki tugas pokok sebagai berikut :

Tugas Internal seksi informasi dan pemberitaan

- Mendokumentasikan hasil liputan.
- Menyiapkan bahan-bahan keterangan pers.
- Membuat siaran pers atau perss release.
- Mencari dan mencatat kegiatan Bupati.
- Membuat klipping surat kabar yang memuat berita tentang Karanganyar

Proses pelaksanaan media relation di Bagian Informasi dan Pemberitaan Kabupaten Karanganyar adalah sebagai berikut :

Tugas Eksternal seksi informasi dan pemberitaan

- Melakukan peliputan daerah Pemkab. Karanganyar.
- Merencanakan dan mempersiapkan kegiatan jumpa pers dan wartawan.
- Meliput kegiatan instansi pemerintah serta mengikuti perkembangan di masyarakat.
- Membuat klipping kemudian didistribusikan ke Bupati, Setda dan Asisten I Setda Karanganyar.
- Mendistribusikan berita ke bagian penyiaran (RSPD).
- Mengirim siaran pers kepada wartawan atau media massa.

Dengan semua kegiatan tersebut Penulis mengambil judul untuk Tugas Akhir ini **“Peran Public Relation dalam Melaksanakan Media Relation di Bagian Informasi dan Pemberitaan Dishubkominfo Kab. Karanganyar”** karena peran media relation untuk Bagian Informasi dan Pemberitaan sangat penting. Media-media relation yang biasa digunakan untuk menyampaikan pesan kepada pihak internal dan eksternal adalah Press Release, Klipping dari surat kabar tentang Karanganyar, Pertemuan Pers, Media Elektronik seperti siaran televisi maupun siaran radio.

Dalam membuat suatu berita yaitu press release diawali dengan melakukan peliputan kegiatan yang dilakukan oleh Bupati Karanganyar atau yang mewakilinya. Biasanya dalam melakukan peliputan Penulis dibantu oleh Staf Bagian Informasi dan Pemberitaan, dalam peliputan yang harus dilakukan adalah mendokumentasikan gambar dari kegiatan Bupati Karanganyar dan juga mencatat

isi dari kegiatan yang dilaksanakan. Setelah peliputan selesai dan telah memiliki informasi yang cukup, maka Penulis kembali ke kantor untuk membuat press release. Dalam membuat press release data yang digunakan adalah hasil dari peliputan dan data tersebut bisa diperoleh di Setda. Setelah membuat press release, kemudian di fotocopy sebanyak 6 lembar, tiga lembar untuk arsip, dua lembar untuk media cetak, dan satu lembar untuk bagian majalah. Setelah semua dibagikan dan diperiksa, press release siap untuk dicetak di surat kabar (Solopos, Suara Merdeka, Joglosemar, Gema Rakyat, dan Jawa Pos).

Penulis sangat menyadari betapa pentingnya peran PR dalam membangun hubungan dengan semua pihak baik internal maupun eksternal, khususnya pada media massa yang sangat berperan penting untuk meneruskan berita kepada khalayak dan dalam membangun image sebuah instansi.

B. Saran

Kekurangan-kekurangan yang Penulis alami selama melaksanakan KKM, baik berasal dari Dishubkominfo Kab. Karanganyar maupun D III Komunikasi Terapan. Ada beberapa hal yang perlu dijadikan pertimbangan agar dapat lebih baik di masa datang

Saran bagi Dishubkominfo khususnya Bagian Informasi dan Pemberitaan

- Koran-koran bekas supaya ditempatkan tersendiri agar tidak terlihat berantakan.
- Lebih disiplin lagi dengan jam kerja, sehingga Mahasiswa yang melaksanakan KKM bisa ikut disiplin.

- Penguasaan alat-alat untuk liputan harus diremajakan dan perlu adanya penambahan khususnya kamera SLR karena padatnya jadwal peliputan.
- Terus tingkatkan kerjasama antar karyawan.

Saran bagi D III Komunikasi Terapan

- Memperbanyak kegiatan praktek agar teori bisa di aplikasi langsung.
- Kunjungan ke berbagai instansi lebih sering dilakukan agar terjalin hubungan yang baik.
- Penggunaan alat praktek masih belum maksimal.
- Hubungan mahasiswa perlu ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, Oemi. 1995. Dasar-dasar Public Relations, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung
- Bertrand R. Canfiel. 1956. *Public Relations, Principles Cases and Problems*, Jakarta
- Kasali, Rhenald. 1995. *Manajemen Public Relation; Konsep dan Aplikasi di Indonesia*, Pustaka Utama Grafiti, Jakarta
- Rumanti A. Maria, 2004. Dasar-dasar Public Relations Teori dan Praktik, PT Grasindo, Jakarta
- Rachmadi, F. 1993. Public Relation dalam teori dan Praktek, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Soemirat, Soleh dan Drs.Ardianto Elvicano. M.Si. 2004. Dasar-dasar Public Relations. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Swastha DH, Basu, 1979. *Azaz-azaz Marketing*, Akademi Keuangan dan bisnis, Yogyakarta