

**FUNGSI MEDIA RELATION
DI BAGIAN INFORMASI DAN PEMBERITAAN DISHUBKOMINFO
KABUPATEN KARANGANYAR**



Disusun oleh :

PRASETYO HARJUNADI

D1607080

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan melengkapi syarat-syarat guna
memperoleh

Gelar Ahli Madya bidang Komunikasi Terapan

**PROGRAM DIPLOMA III KOMUNIKASI TERAPAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL dan ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
2011**

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diuji dan disahkan oleh Panitia Tugas Akhir
Program Diploma III Komunikasi Terapan
Fakultas Ilmu social dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret
Surakarta

Hari : .

Tanggal :

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



Prof. Drs. Pawito, Ph.D

NIP.19540805 198503 1 002

commit to user

MOTTO

Jangan takut untuk mencoba,

Hidup adalah pilihan dan resiko, berfikirilah sebelum melangkah,
Tetapi Hidup kadang bagaikan di gurun ranjau,
Anda akan mengikuti seseorang yang telah melangkah di depan anda,
Atau

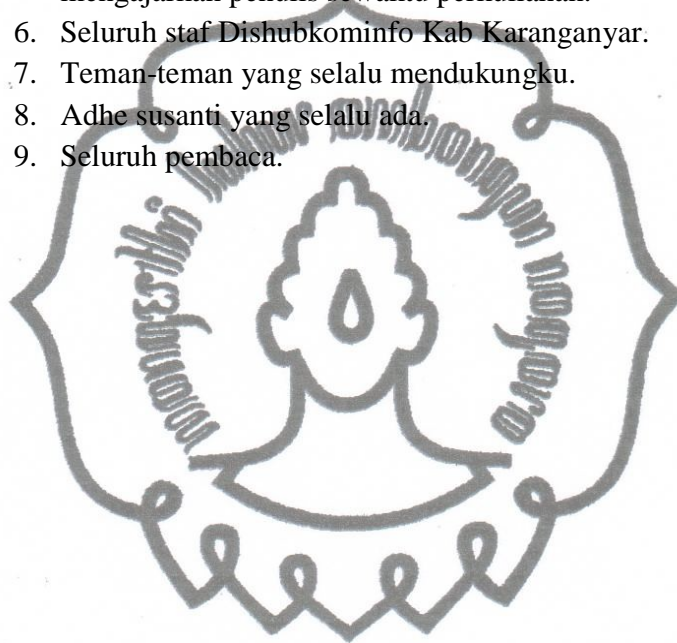
Anda akan memilih jalan sendiri yang belum tentu, tetapi justru anda akan hebat



PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini Penulis Mempersembahkan kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberikan nikmatNYA.
2. Kedua orang tua tercinta yang selalu membimbingku.
3. Kakakku satu-satunya yang selalu memberikan yang terbaik.
4. Pembimbing yang selalu memberikan masukan dalam pembuatan Laporan ini.
5. Semua Dosen Komunikasi Terapan Public Relation yang mengajarkan penulis sewaktu perkuliahan.
6. Seluruh staf Dishubkominfo Kab Karanganyar.
7. Teman-teman yang selalu mendukungku.
8. Adhe susanti yang selalu ada.
9. Seluruh pembaca.



Kata Pengantar

Segala puji dan syukur penulis panjatkan Kepada Allah SWT atas rahmad hidayah Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir. Dan tak luput dari Shalawat Penulis sampaikan salam kepada Rasulullah SAW beserta kerabatnya.

Kuliah Kerja Media (KKM) pada dasarnya bertujuan untuk member pemahaman yang nyata pada Mahasiswa untuk dapat mempraktekkan materi yang telah didapat dalam perkuliahan sesuai konsentrasi jurusan yang diambil. Seperti Penulis yang mengambil jurusan Public Relation, dengan adanya KKM maka Penulis bisa secara langsung membandingkan ilmu-ilmu PR yang didapat di perkuliahan terhadap kinerja perusahaan atau instansi.

Penulis melaksanakan KKM di Departemen Perhubungan Komunikasi dan Informasi Kabupaten Karanganyar yang beralamatkan Jl. Lawu Komplek Perkantoran cangkan Kabupaten Karanganyar pada tanggal 01 Februari sampai dengan 31 maret 2010. Penukis mengajukan proposal dan surat permohonan KKM karena merasa sesuai dengan jurusan perkuliahan yang diambil oleh Penulis.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, khususnya pada Dishubkominfo yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan KKM dan yang telah banyak memberi pengalaman yang sangat berharga selama melakukan KKM di Dishubkominfo. Dosen pembimbing, keluarga dan teman-teman yang selalu memberikan dorongan semoga Allah SWT selalu membalas kebaikan mereka.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua. Penulis juga menyadari segala kekurangannya dalam menyusun Tugas Akhir ini, untuk itu penulis meminta kritik dan saranya demi perbaikan dimasa yang akan datang.

1. Dekan FISIP **Prof. Drs. Pawito, Ph.D**
2. Tanti Hermawati, S.Sos M.Si, sebagai Dosen Pembimbing.
3. Drs. Kandyawan selaku Dosen Penguji.
4. Seluruh Dosen dan Staff FISIP UNS yang telah memberikan mahasiswa sesuatu yang sangat berguna kelak.
5. Nunung Susanto, SH, MM selaku Kepala Dinas Dishubkominfo Kabupaten Karanganyar serta selaku Penanggung jawab magang.
6. Bapak Warsidi yang telah banyak membimbing saya selama magang.
7. Bapak haryo dan Bapak Rinto yang membantu penulis dalam membuat Prees Realease.
8. Bapak Agus dan Ibu heny yang telah membimbing dalam segala pelaksanaan magang.
9. Kedua orang tua saya dan saudara-saudara yang telah mendukung penulis.
10. Dan semua pihak yang tidak disebutkan satu-satu.

Surakarta,

Prasetyo Harjunadi

Daftar Isi

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
i	
HALAMAN PERSETUJUAN	
ii	
HALAMAN PENGESAHAN	
iii	
HALAMAN MOTTO	
iv	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
v	
KATA PENGANTAR	
vi	
DAFTAR ISI	
vii	
BAB I PENDAHULUAN	
1	
A. Latar belakang	
1	
B. Tujuan	
2	
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
3	
A. Komunikasi	
3	
1. Pengertian komunikasi	
3	
B. Publik Relation	
5	
1. Pengertian Public Relation	
5	
2. Fungsi Humas	
6	
3. Stekeholders	
8	
4. Humas Pemerintahan	
10	

5. Press Realeas
11

**BAB III DISKRIPSI PERUSAHAAN
12**

A. Sejarah berdirinya Dishubkominfo Kab. Karanganyar
12
B. Visi, Misi dan Tujuan Dishubkominfo
13
C. Stratigi Kebijakan dan Program Dishubkominfo
15
D. Gambaran umum Daerah Kab. Karanganyar
16
E. Struktur Organisasi Dishubkominfo
17

**BAB IV PELAKSANAAN KKM
21**

A. Tempat Pelaksanaan KKM
21
B. Diskripsi Kerja KKM
21

**BAB V PENUTUP
26**

A. Kesimpulan
26
B. Saran
27

**DAFTAR PUSTAKA
29**

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Public Relation (PR) adalah sebuah lembaga / organisasi / perusahaan berperan penting dalam membangun Citra Perusahaan serta menjaga reputasi Perusahaan. Sesuai dengan fungsinya, PR 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

Tujuan dari pengadaan KKM ini adalah :

- I. 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.
- II. Tujuan khusus pengadaan KKM adalah :
 - a. Bagaimana Public Relation bekerjasama dengan media massa untuk menyampaikan informasi kepada khalayak.
 - b. Untuk mengetahui proses seorang praktisi Public Relation memperoleh informasi dan cara menyampaikan informasi tersebut.
 - c. Untuk mengetahui peran Public Relation dalam melaksanakan kegiatan menyampaikan informasi kepada pihak internal maupun eksternal.

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 adalah 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 : 6)

Dari paradigma tersebut, maka dapat diketahui 5 (lima) unsure dalam komunikasi sebagai jawaban dari pertanyaan tersebut, yakni, *Who* (Komunikator), *Says What* (Pesan), *In Which Channel* (Media), *To whom* (Komunikan), *With What Effect* (Efek)

I. Proses Komunikasi

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

a) 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 dan proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran atau perasaan komunikator atau komunikan.

b) Proses komunikasi secara sekunder

Adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dalam menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambing pada media pertama. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio,

commit to user

televise, film dan masih banyak lagi yang lainnya merupakan media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

Proses-proses komunikasi adalah :

I. Source

Adalah orang yang memiliki inisiatif untuk memulai komunikasi. Setting source dibagi menjadi dua yaitu Interpersonal yang berarti Source single person/tunggal dan Sourcanya tahu siapa yang diajak bicara. Dan yang kedua adalah Massa yang berarti Sourcanya dalam bentuk organisasi dan Sourcanya mempunyai sedikit pengetahuan tentang orang yang diajak bicara.

II. Encoding

Adalah proses penerjemahan keinginan kepada symbol-simbol tertentu. Proses Encoding antara lain Single stage (spontan/langsung) yaitu Proses penerjemahan keinginan kedalam symbol secara cepat dan spontan. Dan Multiple Stage (bertahap) merupakan Penyampaian pesanya agak lama.

III. Message

Adalah apa yang disampaikan oleh source, sifatnya adalah Interpersonal dan Massa. Interpersonal mempunyai sifat yang Pribadi, Murah, Susah disela, dan Pesan yang disampaikan pada receiver yang pasti. Sedangkan Massa lebih bersifat, Public, Mahal, Mudah disela, Pesan yang sama untuk satu orang, tetapi hal itu sangat bahaya.

II. Channel

Adalah saluran yang digunakan untuk berkomunikasi sehingga pesan itu bisa sampai ke audience. Channel dapat dilakukan dengan cara Potensi for money dan No machine interposed (tidak melibatkan energy apapun)

III. Decoding

IV. Receiver

Adalah orang yang kita ajak bicara. dua sifat Receiver yaitu Interpersonal yang berarti Kelompok kecil saja dan Orang yang diajak bicara harus ada secara fisik. Dan sifat yang kedua yaitu Massa yang berarti Receivernya tidak harus ada, Receivernya besar, Receivernya menentukan komunikator yang diajak bicara.

commit to user

V. Feedback

Adalah reaksi dari apa yang diberikan Receivernya terhadap pesan. Dua sifat feedback yaitu Immediate yang berarti respon yang langsung, dan Delayed yang berarti respon yang langsung/harus menunggu (Onong Uchjana Effendy, 2005 : 9)

B. Public Relation (Humas)

1. Pengertian Public Relation

Hubungan masyarakat yang disingkat Humas sebagai terjemahan dari Public Relation, di Indonesia sudah cukup memasyarakat dalam arti kata telah dipergunakan secara luas oleh Departemen, perusahaan, organisasi, dan lembaga.

Public Relations merupakan fungsi manajemen yang khas yang mendukung pembinaan dan pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dan publiknya mengenai komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama, melibatkan manajemen dalam permasalahan dan persoalan, membantu manajemen memberikan penerangan dan tanggapan dalam hubungan dengan opini publik, menetapkan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum, menompang manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai sistem peringatan yang dini dalam membantu mendahului kecenderungan dan menggunakan

penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama. (Maria, 2002: 12)

PR adalah kegiatan komunikasi yang terencana dan persuasif untuk mendesain publik-publik yang nyata. PR bukanlah ilmu tradisional yang digunakan untuk menghadapi tujuan-tujuan sesaat. PR perlu direncanakan dalam suatu pendekatan manajemen kepada target-target public tertentu.

Dari definisi yang sangat umum tadi, kita menuju kepada definisi yang lebih spesifik, yang lebih konkret. Marston memberikan definisi yang baik sekali lagi :

commit to user

“PR adalah seni untuk membuat perusahaan Anda disukai dan dihormati oleh para karyawan, konsumen dan para penyalurnya”. Sedangkan Harlow, memberikan definisi dengan mengkombinasikan berbagai elemen dari berbagai definisi sebagai berikut: “*Public Relations is the distinctive management functions which helps establish and maintain mutual line of communication, acceptance and cooperation between an organization and its public; involves the management of problems and issues; helps management to keep informed on and responsive to public opinion.....*” (Public Relations adalah fungsi manajemen yang membantu mendirikan dan memelihara hubungan komunikasi yang saling menguntungkan, keterbukaan dan kerjasama antara organisasi dan publiknya, melibatkan manajemen problem dan isu, membantu manajemen untuk tetap terinformasi dan *responsive* terhadap publik). (Soleh sumirat, 2004. 14)

2. Fungsi Humas

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

Secara umum Public Relation, Principles Cases and Problem mengemukakan fungsi Humas adalah

- a) It should serve the public's interest
- b) Maintain good communication
- c) 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.

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

- a) Humas adalah bagian yang integral dari fungsi suatu organisasi yang diciptakan sesuai dengan obyekfitas atau tujuan organisasi

commit to user

- b) Humas dalam menyampaikan visi dan misi harus ada persamaan persepsi antara pimpinan, atas dan menengah sehingga birokrasi tidak menghambat operasional.
- c) Humas perlu melakukan riset, dan mengidentifikasi masalah, menyusun proyek, dan melakukan modifikasi program
- d) Humas tidak komersil, promotif tapi 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 unsure penting dalam mencapai keberhasilan suatu perusahaan.
- j) Humas pada dasarnya harus peka terhadap reaksi dan kesan dari mereka yang terkena dari tindakan-tindakan organisasi.

(Bertrand R. Canfield 1956 : 19)

Selain itu Humas menurut Cutlip & Center dan Canfield, yaitu :

- a) Menjunjung aktifitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga atau organisasi)
- b) Membina hubungan yang harmonis antara badan dan organisasi dengan pihak publiknya sebagai khalayak sasarannya.

commit to user

- c) Mengidentifikasi yang menyangkut opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan atau organisasi yang diwakilnya atau sebaliknya.
- d) Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi untuk tujuan dan manfaat bersama.
- e) Menciptakan komunikasi dua arah timbale balik dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan atau organisasi ke publiknya atau menjadi sebaliknya demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.

(Swastha DH,1979 : 270)

3. Stakeholdes (pihak-pihak yang berkepentingan)

Sebagai ujung tombak pada sebuah perusahaan, seorang Public Relation harus bisa menjalani hubungan yang harmonis dengan para khalayak atau Stakeholdes perusahaan. Karena tanpa adanya Stakeholdes p[erusahaan tidak berarti apa-apa.

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

- a) Stakeholdes internal
 - Pemegang saham
Pemegang saham memiliki peran yang sangat penting untuk memajukan perusahaan dan juga sebagai pemilik modal.
 - Manajemen dan top Executive
Manejer perusahaan berada di bawah kendali pemilik p[erusahaan. Hanya dengan kapasitas yang memadai lah seorang manejer dapat tampil secara otonom dalam mengelola perusahaan.
 - Karyawan

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

b) Stakeholdes eksternal

- Konsumen

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

- Media massa

Peran media massa sangat besar pengaruhnya pada sebuah perusahaan. Media massa akan membantu kelancaran publikasi sebuah perusahaan.

c) Pemerintah

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

d) Bank

Bank sebagai lembaga komersial yang tidak mengadakan bunga yang diterima, melainkan juga jaminan 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.

e) Komunitas

Dalam hal ini tugasseorang 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)

commit to user

4. 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 menjelaskan kepada public mengenai kebijakan dan langkah-langkah yang diambil pemerintah serta mengusahakan tumbuhnya hubungan yang harmonis antara lembaga dengan publicnya dan memberikan pengertian kepada public tentang apa yang dikerjakan oleh instansi pemerintah dimana Humas itu berada dan berfungsi.

Pada dasarnya tugas humas Pemerintah adalah

- 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 didalam 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)

5. Press releas

Press releas adalah segala bentuk informasi yang hendak disebarakan kepada pers, biasanya media cetak. Ada bentuk press releas, yaitu Basic publicity Release, meliputi informasi umum yang mengandung nilai media bagi media local, maupun nasional. Product release, informasi yang disebarakan berkaitan dengan peluncuran produk baru atau berkaitan dengan produk perusahaan. Dan Financial releas, informasi mengenai keuangan yang menyangkut perusahaan besar atau nilai keuangan yang besar, maka menarik media bisnis dan ekonomi.

Pada editor atau surat kabar atau majalah mempunyai criteria untuk menerima atau menolak pres releas, namun mereka akan sangat memperhatikan berita selama ini disajikan cukup relevan dengan filosofi yang dianut media. Maka perlu diperhatikan, Judul yang diangkat, Kalimat pembuka, Akusari, Bahasa, Eksklusifitas, Relevansi, yang diartikan antara lain, Judul yang diangkat adalah Judul yang diangkat oleh praktisi PR dalam press releas tentu tidak harus menjadi judul surat kabar, tetapi prinsip pemberian judul keduanya adalah sama, judul harus menarik perhatian dan mewakili isi berita. Kalimat pembuka merupakan Kalimat pertama dalam tubuh press releas sebaiknya memuat informasi tentang 5W + 1H, yakni, Who (siapa), What (apa), When (kapan), Where (dimana), Why (kenapa), How (bagaimana). Sedangkan untuk Akusari merupakan Editor umumnya tidak akan mudah percaya begitu saja pada isi berita yang disebarakan perusahaan. Editor akan melakukan pengecekan apakah isi tersebut memberikan data yang tepat. Selain itu 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. 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 dan mempunyai peredaran dan pengaruh yang luas. Selain itu Relevansi, Editor akan melihat apakah berita tersebut relevan dengan misi media dan kepentingan pembacanya.

(Rhenald kasali, 1995 : 170)

BAB III
DESKRIPSI
DINAS PERHUBUNGAN KOMUNIKASI DAN INFORMASI
KABUPATEN KARANGANYAR
(DISHUBKOMINFO KAB.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 penyebarluasaan 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.

commit to user

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

commit to user

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

E. STRUKTUR ORGANISASI DISHUBKOMINFO KAB.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 Karanganyar 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 komunikasi 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 rencana 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
- 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

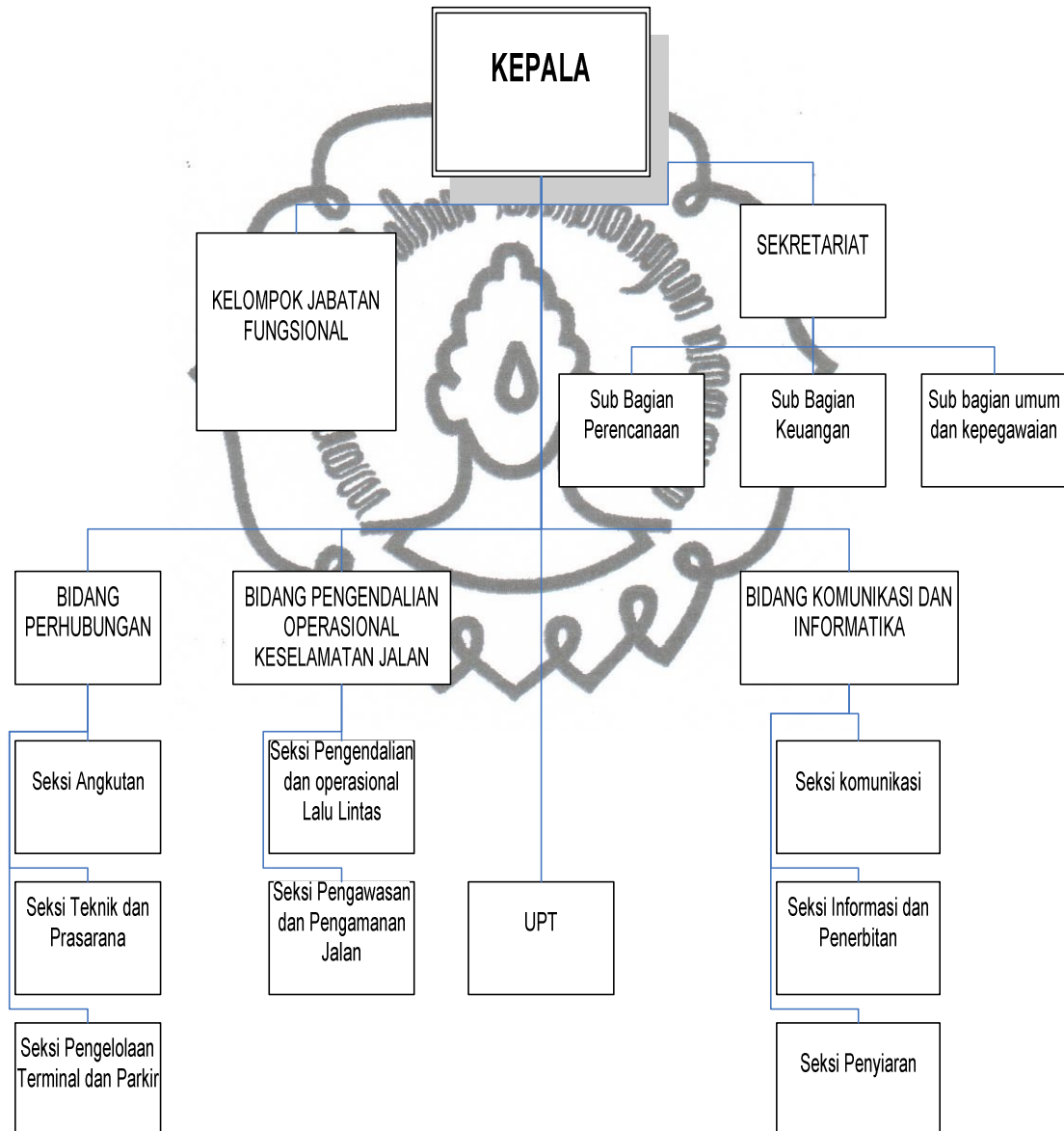
Kepala Seksi Penyiaran mempunyai tugas pokok membantu Kepala Dinas dalam bidang penyiaran. Untuk penyelenggaraantugas pokok tersebut Seksi Penyiaran mempunyai fungsi :

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

Gambar

Bagan Struktur Organisasi

Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informasi Kabupaten. Karanganyar



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 Cangkalan 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 menggunkan media relation dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, sebagaimana yang Penulis dapat pada saat perkuliahan berlangsung.

commit to user

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. 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 LKPI 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 di gedung 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 disebarakan 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 disebarakan 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 berkemungkinan dengan perusahaan.

Dalam menjalankan tugasnya Public Relation berperan menciptakan iklim komunikasi yang sehat dan terbuka. Setelah melaksanakan KKM di Dishubkominfo selama 2 (dua) bulan, Penulis menjadi lebih paham begitu pentingnya peran Dishubkominfo khususnya 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 pers 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.

Dengan semua kegiatan tersebut Penulis mengambil judul untuk Tugas Akhir ini **“Fungsi Publik 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 pembuatan suatu berita yaitu press release diawali dengan melakukan peliputan kegiatan yang dilakukan oleh Bupati Karanganyar atau yang mewakilnya. Biasanya dalam melakukan peliputan Penulis dibantu oleh staf Bagian Informasi dan Pemberitaan, dalam peliputan yang harus dilakukan adalah mendokumentasikan 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 yang dibantu oleh staf Bagian Informasi dan Pemberitaan. Dalam pembuatan press release data yang digunakan adalah hasil dari peliputan dan data tersebut bisa diperoleh di Setda. Setelah pembuatan press release, kemudian difotocopy 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 disurat 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 melakukan KKM, baik berasal dari Dishubkominfo Kab Karanganyar maupun D III komunikasi terapan. Ada beberapa hal yang perlu dijadikan pertimbangan agar lebih baik di masa datang.

Saran bagi Dishubkominfo

- Lebih disiplin lagi dengan jam kerja, sehingga mahasiswa yang melakukan KKM bisa ikut disiplin
- Terus tingkatkan kerjasama antar pegawai

Saran bagi D III Komunikasi terapan

- Penggunaan alat praktik masih belum maksimal
- Hubungan mahasiswa perlu ditingkatkan

