

Strategi Humas Pemkot Bontang Dalam Penyebarluasan Informasi Pembangunan Daerah Di Kelurahan Guntung Kota Bontang

Anna Kus Saparti¹, Adam Idris ², Jamal Amin³

Abstract

This study aimed to identify and analyze the strategies used by the PR of Bontang City Government in disseminating information on regional development in Guntung Subdistrict. This research uses descriptive qualitative research methods, the data collections were done through interviews and documentation. Based on the research that has been done, it can be stated that the strategy of Bontang City Government PR in the dissemination of regional development information in Guntung is done through printed media which are newspapers, magazines, bulletins, banners, balihos, and leaflets; electronic media which are television and radio broadcasts, and face to face communication media which is interactive dialogues between the city government and the community members.

Keywords: PR Strategy, Dissemination of City Government Development Information

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa strategi yang digunakan Humas Pemkot Bontang dalam menyebarluaskan informasi pembangunan daerah di Kelurahan Guntung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, untuk pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dikatakan bahwa strategi Humas Pemkot Bontang dalam penyebarluasan informasi pembangunan daerah di Kelurahan Guntung adalah melalui media cetak yaitu koran, majalah, bulletin, spanduk, baliho dan leaflet; media elektronik yaitu melalui siaran televisi dan radio; serta media komunikasi tatap muka yaitu melalui kegiatan dialog interaktif antara Pemerintah Kota dan masyarakat.

Kata Kunci: Startegi Humas, Penyebaran Infromasi Pembangunan Daerah

Di zaman demokrasi dan era reformasi, yang ditandai dengan meningkatnya tanggung jawab (akuntabilitas) Pemerintah dan meningkatnya keterbukaan (transparansi), Humas dituntut untuk dapat memberikan penjelasan, atau informasi kepada masyarakat atau publik mengenai berbagai aspek pembangunan yang telah dilaksanakan oleh pemerintah. Penjelasan atau informasi tersebut juga meliputi penjelasan tentang sikap atau kebijakan pemerintah tentang berbagai masalah yang dihadapi dalam pelaksanaan pembangunan.

¹ Mahasiswa Program Magister Ilmu Administrasi Negara, Fisip – Unmul Samarinda

² Mahasiswa Program Magister Ilmu Administrasi Negara, Fisip – Unmul Samarinda

³ Mahasiswa Program Magister Ilmu Administrasi Negara, Fisip – Unmul Samarinda

Pemerintah Kota Bontang melalui Bagian Humas dan Protokol telah melakukan beberapa langkah konkrit dalam rangka implementasi UU Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik dan Peraturan Pemerintah No. 61 Tahun 2010 tentang pedoman pelaksanaannya, serta Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 30 Tahun 2011 tentang tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah, melalui strategi pelaksanaan kegiatan penyebaran informasi pembangunan daerah kepada masyarakat Kota Bontang. Meskipun sudah didukung dengan anggaran yang tersedia, namun usaha Humas Pemkot Bontang dalam menyebarkan informasi pembangunan daerah kepada masyarakat Bontang tidaklah berjalan tanpa hambatan dalam pelaksanaannya. Permasalahan utama yang dihadapi adalah kurangnya penyebaran informasi pembangunan daerah yang mendalam dan menyeluruh di beberapa wilayah yang jauh dari pusat kota, salah satunya adalah di Kelurahan Guntung.

Berbagai kondisi wilayah maupun masyarakat Kelurahan Guntung memberikan tantangan tersendiri kepada Bagian Humas dan Protokol Pemerintah Kota Bontang untuk dapat seluas dan sebanyak mungkin memberikan informasi pembangunan daerah kepada warga Kelurahan Guntung. Dengan demikian, Humas Pemerintah Kota Bontang harus memiliki strategi tersendiri untuk menyampaikan berbagai informasi maupun pesan pembangunan kepada masyarakat di wilayah tersebut. Dalam menjalankan strateginya, tentu saja Humas Pemkot Bontang tidak bisa lepas dari aneka ragam media komunikasi, baik cetak, elektronik maupun media komunikasi tatap muka yaitu dialog atau audiensi langsung dengan warga masyarakat. Berbagai media komunikasi tersebut mempunyai peran yang sangat besar dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Melalui pesan atau informasi inilah, masyarakat menjadi tahu, dapat melakukan kontrol dan menjadi semakin responsif terhadap berbagai kebijakan pemerintah. Hal ini yang membuat penulis tertarik untuk meneliti **“Strategi Humas dalam Penyebaran Informasi Pembangunan Daerah di Kelurahan Guntung Kota Bontang”**.

Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang-lambang yang bermakna sama bagi kedua pihak. Dalam situasi tertentu, komunikasi menggunakan media komunikasi (Cangara, 2007). Tujuan Komunikasi adalah untuk: mengubah sikap, mengubah opini/pendapat/pandangan, dan mengubah perilaku masyarakat. Sedangkan fungsi Komunikasi adalah untuk: menginformasikan, mendidik, menghibur dan mempengaruhi. Komunikasi menurut tatanannya: Komunikasi Pribadi, Komunikasi Kelompok (kecil dan besar), Komunikasi Massa (media cetak dan elektronik), dan komunikasi medio (pamphlet, poster, spanduk, media lain yang tidak termasuk media massa).

Hubungan Masyarakat

Public relations atau hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan public yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. PR pemerintah mempunyai peran yang sangat besar dalam sistem penyelenggaraan pemerintahan. Ada dua peran yang dimainkan oleh PR pemerintah yaitu peran taktis (jangka pendek) dan peran strategis (jangka panjang). Dalam peran taktis (jangka pendek), PR pemerintah berupaya memberikan pesan-pesan dan informasi yang efektif dapat memotivasi rakyat dan mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap rakyat melalui pesan-pesan yang disampaikan. Dalam peran jangka panjang, PR pemerintah berperan aktif dalam proses pengambilan keputusan, dalam memberikan proses sumbang saran, gagasan dan ide yang kreatif secara cemerlang untuk melaksanakan program lembaga yang bersangkutan (Ruslan, 2012).

Menurut Rachmadi (dalam Irwanto, 2010), Humas dalam lembaga pemerintah (departemen, lembaga non departemen, Badan Usaha Milik Negara/BUMN) merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka tugas penyebaran informasi tentang kebijakan, program dan kegiatan lembaga pemerintah kepada masyarakat. Humas pemerintah bertugas memberikan informasi dan penjelasan kepada khalayak/publik mengenai kebijakan langkah-langkah atau tindakan yang diambil pemerintah serta mengusahakan tumbuhnya hubungan yang harmonis antara lembaga/instansi dengan publiknya dengan memberikan pengertian kepada publik (masyarakat) tentang apa yang dikerjakan oleh instansi pemerintah dimana Humas itu berada dan berfungsi.

Menurut Ahmad S. Adnan Putra (dalam Ruslan, 2012), batasan pengertian tentang strategi humas adalah alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan humas dalam kerangka suatu rencana humas.

Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)

Daniel Start dan Inggie Houvland (dalam Rangkuti, 2002) menyebutkan bahwa analisis SWOT merupakan instrumen perencanaan strategis yang klasik, dengan menggunakan kerangka kerja kekuatan dan kelemahan serta kesempatan dan ancaman. Instrument ini memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik untuk melaksanakan sebuah strategi. Instrument ini menolong para perencana apa yang bisa di capai dan hal apa saja yang di perlukan oleh mereka.

Penyebaran Informasi Pembangunan Daerah

Berdasarkan pemahaman teori Everett Rogers tentang penyebaran informasi dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 8 tahun 2008 tentang Tahapan, Tata Cara Penyusunan, Pengendalian dan Evaluasi

Pelaksanaan Rencana Pembangunan Daerah, maka dapat dikatakan bahwa Penyebaran informasi pembangunan daerah adalah sebuah upaya menjalin komunikasi dengan masyarakat dengan memberikan keterangan, pernyataan, gagasan dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna dan pesan, baik data, fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik ataupun non elektronik, mengenai capaian kinerja pemerintah daerah dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Strategi Humas dalam Penyebaran Informasi Pembangunan Daerah di Kelurahan Guntung Kota Bontang **Strategi Humas**

Merujuk pada pendapat Rusadi Ruslan (Ruslan, 2012), bahwa dalam peranan sebagai penata rumah tangga pada organisasi /instansi yang baik, seorang manajer humas harus memiliki beberapa strategi agar dapat menjangkau sasarannya baik internal maupun eksternal, dan pendapat Ahmad S. Adnan Putra (dalam Ruslan, 2012) bahwa batasan pengertian tentang strategi humas adalah alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan humas dalam kerangka suatu rencana humas, maka strategi Humas Pemkot Bontang dilaksanakan melalui 3 (tiga) saluran atau media komunikasi, yaitu Media Cetak (Koran Lokal, Majalah Lokal dan Nasional, Baliho/Spanduk, Bulletin Pemerintah Kota Bontang dan Leaflet); Media Elektronik (Radio Pemerintah/Swasta Lokal, Televisi Lokas dan Nasional, dan Website Pemerintah Kota Bontang); serta Media Komunikasi Tatap Muka (Dialog/Audiensi antara Pemkot Bontang dengan Ketua RT/Tokoh Masyarakat).

Seluruh pelaksanaan strategi penyebarluasan informasi pembangunan daerah tersebut dibiayai melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Pemerintah Kota Bontang. Kecenderungan nilai anggaran untuk kegiatan Humas Pemkot Bontang dalam penyebarluasan informasi pembangunan daerah adalah bertambah setiap tahunnya, hal ini menyesuaikan dengan pertambahan penduduk Bontang serta kebutuhan masyarakat akan informasi yang terus meningkat.

Di dalam pengaplikasian strategi humas, ketiga saluran penyebaran informasi pembangunan daerah tersebut secara kontinyu digunakan, baik secara harian (seperti: penyebaran informasi melalui media Koran Lokal, Radio Pemerintah/Swasta, TV Lokal dan Website Pemkot Bontang); mingguan dan bulanan (seperti Majalah Lokal); ataupun dilaksanakan selama beberapa kali dalam setahun/bilamana diperlukan (seperti: Bulletin Pemkot Bontang, Leaflet, Baliho/Spanduk, TV dan Majalah Nasional serta kegiatan dialog/audiensi pemerintah dengan masyarakat). Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pejabat di lingkungan Humas Pemkot Bontang, seluruh strategi tersebut berlaku/diterapkan untuk penyebarluasan informasi pembangunan daerah di tingkat Kota Bontang. Dengan kata lain,

ketiga strategi tersebut tidak ada yang secara spesifik di desain untuk suatu wilayah/kelurahan tertentu di Kota Bontang. Dengan demikian, strategi Humas yang diterapkan di 14 (empat belas) Kelurahan lain di Bontang sama dengan strategi yang diterapkan di Kelurahan Guntung.

Mengenai media cetak, penyebaran informasi melalui kelima jenis media cetak tersebut diatas dinilai kurang maksimal di Wilayah Guntung. Hal tersebut dilihat dari distribusi media Koran/Majalah yang tidak merata ke seluruh warga Guntung. Kondisi sosial ekonomi budaya masyarakat Guntung juga mempengaruhi kurangnya minat baca masyarakat. Demikian pula halnya dengan media cetak Leaflet serta Bulletin Pemerintah Kota Bontang, tidak terlalu signifikan dimanfaatkan oleh masyarakat Guntung sebagai sumber informasi pembangunan daerah. Media cetak yang sebenarnya paling sesuai untuk menyebarkan informasi pembangunan daerah ke masyarakat Guntung adalah Baliho/Spanduk karena sesuai dengan latar belakang ekonomi sosial dan budaya masyarakat. Baliho/Spanduk selain akan lebih mudah diakses masyarakat karena mereka tidak perlu mengeluarkan biaya, juga bervariasi desain/tampilannya sehingga lebih menarik atensi masyarakat. Namun sayangnya, belum pernah ada Baliho/Spanduk penyebaran informasi pembangunan daerah terpasang di wilayah Kelurahan Guntung karena hanya terpasang di sepanjang jalan protokol yang cukup jauh bagi warga Guntung untuk dapat menjangkaunya.

Media elektronik dimanfaatkan oleh humas karena dinilai cepat dalam penyampaiannya kepada masyarakat dan dapat menjangkau ke lebih banyak lapisan masyarakat. Mengenai pemanfaatan media elektronik sebagai saluran penyebaran informasi pembangunan daerah di Kelurahan Guntung, mayoritas masyarakat Guntung memanfaatkan Televisi, Radio dan Internet lebih kepada fungsi entertainment atau hiburan semata, bukan untuk mengakses informasi pembangunan daerah yang disajikan oleh Humas Bontang. Hal ini disebabkan antara lain karena: sinyal siaran televisi lokal kurang baik/tidak sampai ke wilayah Guntung, informasi pembangunan daerah Kota Bontang yang disiarkan melalui TV Nasional hanya dilaksanakan kurang lebih selama 2 (dua) kali setahun, fasilitas Internet gratis yang disediakan Kantor Kelurahan Guntung koneksinya cenderung lambat serta hanya dimanfaatkan oleh remaja setempat sebagai sarana hiburan (bermain game/media sosial) saja, dan kemasan informasi yang disampaikan melalui website Pemkot Bontang dinilai masyarakat kurang menarik dan kurang informatif.

Strategi penyebaran informasi pembangunan daerah yang digunakan Humas Pemkot Bontang yang terakhir adalah dengan media komunikasi tatap muka dengan menggelar kegiatan dialog/audiensi antara Pemkot Bontang dengan Ketua RT dan Tokoh Masyarakat se-Kota Bontang. Kegiatan ini dilaksanakan sebanyak kurang lebih limakali dalam setahun dengan bekerja sama dengan SKPD/Instansi terkait tema/topik pembahasan dalam dialog/audiensi. Disini peran Humas Pemkot Bontang lebih kepada perantara/fasilitator kegiatan. Strategi ini mendapat respon yang sangat baik

dari masyarakat Guntung. Mereka berpendapat bahwa media inilah yang paling tepat dijadikan alat komunikasi antara Pemerintah dengan masyarakat karena sesuai dengan latar belakang sosial ekonomi dan budaya mereka. Meskipun komunikasi tatap muka merupakan strategi yang dinilai paling berhasil diterapkan, namun ada beberapa hal yang perlu diperbaiki oleh humas yaitu menambah intensitas pelaksanaan kegiatan dan mengundang langsung anggota masyarakat, tidak hanya Ketua RT atau tokoh masyarakat sebagai perwakilannya saja.

Analisis SWOT

Berikut disajikan tabel diagnosis SWOT dan matriks analisis SWOT dari strategi Humas Pemkot Bontang dalam penyebarluasan informasi pembangunan daerah di Kelurahan Guntung:

Tabel Diagnosis SWOT

	POSITIF		NEGATIF	
	KEKUATAN		KELEMAHAN	
INTERNAL	1	Anggaran tersedia	1	Kurangnya sosialisasi strategi penyebaran informasi
	2	Komitmen pejabat	2	Jumlah SDM kurang / tidak terlatih
	PELUANG		ANCAMAN	
EKSTERNAL	1	Perkembangan TI	1	Kurangnya kepercayaan masyarakat kepada pemerintah
	2	Peraturan Kehumasan	2	Tingkat pendidikan masyarakat yang rendah

Matriks Analisis SWOT

INTERNAL		Strenghts (Kekuatan)		Weakness (Kelemahan)	
		1	Anggaran tersedia	1	Kurangnya sosialisasi strategi
EKSTERNAL		2	Komitmen pejabat	2	Jumlah SDM kurang dan tidak terlatih
		Opportunies		II. Strategi OW	
		I. Strategi OS			
1	Perkembangan TI	1	Memanfaatkan media sosial dan memperbaiki kemasam seluruh media yang selama ini dipakai.	1	Mengadakan sosialisasi gencar terkait berbagai sarana pelayanan informasi pemerintah.
2	Peraturan Kehumasan	2	Menyediakan layanan internet koneksi cepat dengan filternya.	2	Rekrutmen SDM yang professional dan kompeten.
		3	Merubah tampilan dan memperkaya isi website.	3	Pelatihan kompetensi kehumasan bagi SDM
		4	PERDA atau PERWALI penunjang peraturan kehumasan pemerintah pusat		
Threats		III. Strategi TS		IV. Strategi TW	
1	Kurangnya kepercayaan masyarakat kepada pemerintah	1	Kegiatan tatap muka pemerintah dengan masyarakat yang lebih intensif.	1	Komitmen pemerintah daerah untuk pelayanan publik yang prima.
2	Tingkat pendidikan masyarakat yang rendah	2	Pelatihan IT melalui LPM Kelurahan.	2	Kemasam media penyebaran informasi yang menarik, komunikatif, serta informatif.
		3	Kampanye gemar membaca dan penguatan fungsi perpustakaan kelurahan.	3	Melibatkan seluruh perangkat daerah (SKPD) dalam penyebaran informasi pembangunan daerah

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

1. Strategi Humas Pemerintah Kota Bontang dalam penyebaran informasi pembangunan daerah di Kelurahan Guntung dilakukan dengan menggunakan 3 (tiga) saluran atau media komunikasi:

- a. Media Cetak, Pelaksanaan strategi ini di Kelurahan Guntung kurang mendapat respon yang baik dari masyarakat karena kurang sesuai dengan kondisi sosial ekonomi dan masyarakat setempat serta pendistribusiannya yang kurang merata ke seluruh warga kelurahan.
- b. Media Elektronik. Masyarakat Kelurahan Guntung kurang responsif terhadap informasi pembangunan daerah yang disajikan melalui media ini, kendalanya bersifat teknis: sinyal radio/TV yang kurang baik diterima di wilayah Guntung, koneksi internet yang lambat serta website yang kurang update isinya.
- c. Media komunikasi tatap muka. Penyebarluasan informasi melalui media ini dilaksanakan beberapa kali dalam setahun, menyesuaikan dengan kebutuhan dan anggaran yang tersedia. Media komunikasi ini adalah yang paling sesuai dengan kondisi sosial ekonomi dan budaya Masyarakat Guntung sehingga sangat responsif terhadap informasi yang disajikan melalui media ini. Hanya saja, intensitas kegiatan ini dinilai masih kurang, sehingga perlu ditingkatkan frekuensi pelaksanaannya.

Saran

Berdasarkan kesimpulan, berikut ini saran-saran yang dikemukakan oleh peneliti:

1. Humas Pemkot Bontang perlu memanfaatkan media sosial untuk penyebaran informasi pembangunan daerah.
2. Kantor Kelurahan Guntung dapat perlu menyediakan layanan internet gratis dengan koneksi yang lebih cepat sekaligus memasang filter untuk menghindari penyalahgunaan layanan ini.
3. Humas Pemkot Bontang perlu merubah tampilan, memperkaya isi dan melakukan *website updating* secara rutin, sehingga masyarakat tertarik untuk mengakses setiap hari.
4. Pemkot Bontang dengan bekerjasama dengan instansi terkait perlu merancang atau membuat PERDA/PERWALI penunjang peraturan kehumasan pemerintah pusat untuk memperkuat pelaksanaan kegiatan penyebarluasan informasi pembangunan daerah di Bontang.
5. Humas Pemkot Bontang harus gencar melakukan sosialisasi mengenai berbagai media penyebaran informasi pembangunan daerah yang digunakan, baik melalui media sosial, spanduk/baliho, radio, TV, Koran maupun komunikasi tatap muka dengan masyarakat.
6. Humas Pemkot Bontang perlu merekrut SDM yang profesional dan kompeten sesuai bidang dan posisi yang kurang di dalam organisasi.
7. Humas Pemkot Bontang harus membekali personil SDM yang ada dengan pelatihan kehumasan secara berkala untuk peningkatan kompetensi mereka.
8. Humas Pemkot Bontang perlu menyelenggarakan kegiatan komunikasi tatap muka (dialog/audiensi) antara pemerintah dengan masyarakat

secara lebih intensif untuk membangun kedekatan emosional antara keduanya.

9. Kantor Kelurahan Guntung perlu mengadakan pelatihan IT melalui LPM Kelurahan bagi warga kelurahan untuk meningkatkan kompetensi mereka dalam memanfaatkan teknologi informasi yang kian hari kian berkembang.
10. Kantor Kelurahan Guntung perlu berkerja sama dengan SKPD terkait untuk melakukan sosialisasi dan kampanye gemar membaca bagi warga Guntung serta melakukan penguatan fungsi perpustakaan kelurahan.
11. Harus ada komitmen bersama seluruh perangkat pemerintah daerah untuk memberikan pelayanan publik yang prima, transparan dan akuntabel.
12. Humas Pemkot Bontang perlu membuat kemasan penyebarluasan informasi pembangunan daerah yang lebih menarik, komunikatif, serta informatif sehingga mudah diserap oleh seluruh lapisan masyarakat;
13. Humas Pemkot Bontang hendaknya bekerjasama dan melibatkan seluruh instansi perangkat daerah (SKPD) untuk ikut terlibat dalam penyebarluasan informasi pembangunan daerah di Kota Bontang.

Daftar Pustaka

- Anonim. Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 *tentang Keterbukaan Informasi Publik*
- _____. Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 30 Tahun 2011 *tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah*
- _____. Peraturan Pemerintah Nomor 61 Tahun 2010 *tentang Peraturan Pelaksanaan dari Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 tahun 2008*
- _____. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 8 tahun 2008 *tentang Tahapan, Tata Cara Penyusunan, Pengendalian dan Evaluasi Pelaksanaan Rencana Pembangunan Daerah*
- Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hasan, Erliana. 2005. *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Koontz, Harold., Cyril O'Donnell, dan Heinz Wehrich. 1990. *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Cetakan Kesembilan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rusadi. 2012. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.