

**PERAN MANAJEMEN *PUBLIC RELATIONS* PEMERINTAH
DALAM Mendukung PELAKSANAAN PROGRAM OTONOMI DAERAH
DI DINAS PERHUBUNGAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
KABUPATEN CIAMIS**

Oleh

R. RINDU GARVERA

Dosen pada Program Studi Ilmu Pemerintahan
FISIP Universitas Galuh Ciamis

Demokratisasi dunia, terutama di paruh kedua abad ke-20, telah memaksa organisasi, termasuk juga pemerintah dalam hal ini, dari semua jenis di banyak wilayah di dunia untuk mempertimbangkan memberikan kepentingan yang lebih besar untuk Public Relations Pemerintahan. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan proses pengelolaan Humas pemerintah yang merujuk kepada studi dan proses manajemen Humas menurut Scott M Cutlip, Allen H Center dan Glen M Brom, terdiri dari mendefinisikan Masalah Humas, perencanaan dan pemograman (fact finding), tindakan dan berkomunikasi, serta evaluasi program. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Ciamis telah memberikan kontribusi positif untuk keberhasilan program otonomi tenaga sektor pengembangan informasi dan komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat untuk terciptanya keterbukaan informasi, transparansi, partisipasi masyarakat dalam rangka menciptakan tata kelola pemerintahan yang baik.

Kata Kunci : Manajemen Humas, Otonomi Daerah, Pemerintahan

PENDAHULUAN

Otonomi Daerah yang digulirkan oleh pemerintah setelah runtuhnya rezim orde baru merupakan sebuah jawaban atas berbagai gejolak yang terjadi di dalam masyarakat akibat sistem pemerintahan pada masa orde baru yang sentralistik dan kurang memberikan keleluasaan pada daerah dalam mengelola daerahnya sendiri.

Pemerintah daerah sebagai pelaksana otonomi memiliki peran yang sangat strategis untuk mewujudkan pemerintahan yang demokratis yang dekat dengan rakyat. Kepemerintahan yang baik (*good governance*) menurut Joko Widodo (2001:2) menuntut keterlibatan seluruh elemen yang ada dalam masyarakat, hal ini akan terjadi manakala pemerintah dekat dengan masyarakat yang diperintahnya. Pemerintah yang didekatkan dengan yang diperintah berarti Otonomi Daerah. Dan pemerintah yang didekatkan dengan rakyatnya akan dapat mengenali dengan baik kebutuhan, permasalahan, keinginan, dan kepentingan serta aspirasi rakyat secara baik dan benar, karenanya kebijakan yang dibuat akan dapat mencerminkan apa yang menjadi kepentingan dan aspirasi rakyat yang dilayaninya. United Nations Development Programme (UNDP) sebagaimana dikutip Lembaga Administrasi Negara (2000:7) memberi karakteristik "*good Governance*"

antara lain: *Participation, rule of law, transparency, responsiveness, consensus orientation, equality, effectiveness and efficiency, accountability, strategic vision.*

Dari karakteristik yang diberikan oleh UNDP tampak jelas bahwa untuk mewujudkan Otonomi Daerah dan *good governance* maka fungsi komunikasi yang diwakili oleh lembaga Humas atau *Public Relations* pemerintah menempati posisi yang sangat strategis untuk menciptakan transparansi, keterbukaan dan informasi yang akhirnya akan melahirkan keterlibatan aktif, partisipasi dan dukungan masyarakat. Tanpa dukungan masyarakat apapun bentuk program yang dibuat oleh pemerintah tidak akan memiliki makna apa-apa.

Penelitian ini bertujuan untuk: mengetahui cara atau strategi manajemen humas mulai dari proses *fact finding, planning & programming, taking action & communicating, evaluating the program* yang dilakukan oleh Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kabupaten Ciamis dalam kaitannya mendukung pelaksanaan program otonomi daerah.

Permasalahan pokok yang akan dikaji dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: (a) bagaimana Dinas Informasi dan Komunikasi Kabupaten Ciamis dalam melakukan pendefinisian situasi atau identifikasi (Fact Finding) terhadap masalah humasnya?; (b) bagaimana Dinas Perhubungan

Komunikasi dan Informatika Kabupaten Ciamis dalam melakukan perencanaan (*Planning*) terhadap program kegiatannya?; (c) bagaimana Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kabupaten Ciamis dalam melaksanakan dan mengkomunikasikan (*Action and Communicating*) program yang telah dibuatnya?; (d) bagaimana cara Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kabupaten Ciamis melakukan Evaluasi (*Evaluating*) terhadap program yang telah dilakukan?

Manajemen Public Relations

Public Relations dapat dibedakan kepada fungsi manajemen melalui konsep kegiatan administrasi (*operating concept of administration*) dan fungsi staf khusus dalam pelayanan administrasi (*specialized staff function serving administrator*). Sedangkan dalam fungsi komunikasi, pihak Public Relations melaksanakan kegiatan komunikasi antara lembaga yang diwakilinya dan dengan pihak publik sebagai sasarannya.

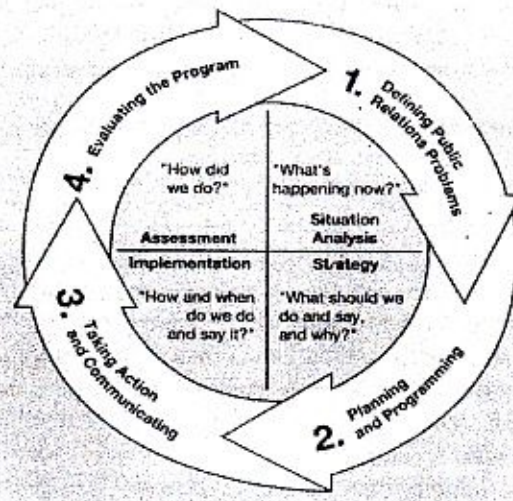
Kegiatan manajemen humas mencakup fungsi-fungsi pokok manajemen secara umum meliputi perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, penyusunan kepegawaian, pengkomunikasian, pengawasan dan penilaian. Hal tersebut menurut Rosady Ruslan (2003:31) bersumber dari definisi manajemen Humas (Public Relations Manajemen) menurut Mc Elreath, (*Managing Systematic and Ethical Public Relations*, 1993, Madison, Wisconsin : Brown & Mark) adalah : manajemen Humas berarti penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan pengevaluasian suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi, mulai dari pertemuan kelompok kecil hingga berkaitan dengan konferensi pers internasional via satelit, dari pembuatan brosur hingga kampanye nasional melalui multimedia, dari menyelenggarakan acara open house hingga kampanye politik, dari pengumuman pelayanan publik hingga menangani kasus manajemen krisis.

Proses Manajemen dalam Public Relations

Guna mencapai tujuan dan tugasnya secara efektif maka *Public Relations* harus dikelola dengan baik melalui sebuah proses dan tahapan manajemen yang sistematis menurut Scott M Cutlip, Allen H. Center dan Glen M. Broom

(2000:340) dalam bukunya *Effective Public Relations*, setidaknya terdapat empat tahap yang perlu dilalui dalam sebuah pengelolaan *Public Relations* yaitu: (a) penjelasan berbagai permasalahan *Public Relations* (*Defining Public Relations Problem*) atau disebut juga dengan *Fact-Finding*; (b) perencanaan dan pembuatan program (*Planning and Programing*); (c) pelaksanaan dan mengkomunikasikan (*Action and Communicating*); (d) evaluasi Program (*Evaluating The Program*).

Empat tahap proses manajemen dalam *Public Relations* ini dapat digambar pada bagan berikut:



Sumber: Cutlip (2000:341)

Gambar 1
Empat Tahap Dalam Proses Manajemen Public Relations

Fungsi Public Relations Pemerintah

Pertama, Public Relations/Humas sebagai Pemasok Bagi Pengambilan Keputusan. Semua kegiatan-kegiatan humas pada akhirnya harus berlangsung dalam rangka tujuan yang telah ditetapkan. Untuk tercapainya tujuan tersebut, humas menurut Djanaid (1993:24) "pada hakekatnya berfungsi sebagai alat untuk memelihara kelangsungan hidup, pengaruh dan kewibawaan dari suatu lembaga/organisasi". Oleh karena itu, humas pada dasarnya menjelaskan pada masyarakat umumnya atau mereka yang langsung berhubungan dengan sesuatu kegiatan-kegiatan tertentu, apa yang sedang dilakukan oleh lembaga yang

bersangkutan dan betapa perlunya serta bermanfaatnya kegiatan-kegiatan tersebut.

Selain itu, humas juga berfungsi korektif, yaitu untuk membetulkan hal-hal yang tidak baik, untuk menjawab celaan-celaan atau kritik-kritik dari masyarakat dan untuk menghilangkan/meniadakan pendapat-pendapat, desas-desus serta laporan-laporan yang tidak benar atau mungkin merugikan. Termasuk menghindarkan unsur-unsur dan tindakan-tindakan yang dapat menimbulkan prasangka atau mendorong untuk mengasosiasikan sesuatu dengan pengalaman-pengalaman rakyat yang pahit/tidak disukai pada masa lampau.

Humas pemerintah mencakup hubungan untuk menyiarkan penerangan/informasi kepada masyarakat pada umumnya dan kepada khalayak sasaran pada khususnya.

Kedua, Public Relations/Humas sebagai Akses Publik terhadap Organisasi Pemerintah. Pada intinya, proses komunikasi dalam kerangka humas adalah komunikasi dua arah yang saling menguntungkan semua pihak. Dalam rangka hubungan antara pemerintah dengan masyarakat, maka komunikasi dua arah tersebut harus dilakukan. Apalagi di era paradigma baru otonomi daerah, dimana perkembangan teknologi seiring dengan berkembangnya pola pikir manusia, telah menimbulkan peran humas yang dulunya merupakan alat propaganda pemerintah sebagai alat pembenar maupun parpol tertentu sebagai "juru kampanye", harus mengubah dirinya berperan sebagai humas dengan segudang atribut dan fungsi nyata yang disandangnya. Selain sebagai alat penerangan bagi pemerintah, humas juga merupakan akses bagi publik (masyarakat) untuk mengutarakan aspirasinya.

Peranan *Public Relations* Pemerintah

Public Relations di lembaga swasta memiliki struktur organisasi yang lebih ketat, sehingga peranannya sangat spesifik. Sedangkan *Public Relations* pemerintah di samping bertugas menyelenggarakan dan mengkoordinasikan lalu lintas arus informasi ke dalam dan ke luar, ia juga berfungsi sebagai penyaring atau filter dari komunikasi timbal-balik dengan tujuan untuk menciptakan dan membina stabilitas sosial. Tetapi secara umum, menurut Charles S. Steinberg (1958:20) dalam *The Mass Communication*, menyatakan bahwa baik *Public Relations* pemerintah maupun *Public*

Relations badan-badan swasta mempunyai tujuan yang sama yaitu untuk menciptakan iklim pendapat umum yang menguntungkan. Pendapat umum (*Public Opinion*) yang menguntungkan dapat dicapai antara lain dengan cara: lobbying. Bagi *Public Relations* badan usaha swasta, lobbying menjamin kondisi yang menguntungkan dari sebuah industri, kelompok konsumen, dan sebagainya. Sedangkan bagi *Public Relations* pemerintah, lobbying diadakan terutama untuk mendapatkan input bagi pengesahan dari Lembaga Perwakilan Rakyat agar rancangan undang-undang yang diajukan pemerintah dapat diterima. Pendapat umum (*Public Opinion*) dianggap sebagai kunci untuk keberhasilan, karena itu pendapat umum yang positif harus diupayakan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam penelitian evaluasi (*evaluation research*) dengan menggunakan pendekatan model CIPP (*Context, Input, Proses, Product*), pendekatan ini dianggap sangat tepat dan sesuai dengan apa yang ingin dihasilkan oleh peneliti yaitu untuk mendapatkan gambaran yang utuh tentang proses dalam pengelolaan dalam pelaksanaan Humas pemerintah khususnya pada masa era otonomi daerah yang sekarang sedang berlangsung.

Sebagaimana menurut H.B. Sutopo (2002:116) bahwa karakteristik dari Pendekatan CIPP berusaha memperhatikan keberkaitan secara menyeluruh dari konteks penelitian meliputi informasi beberapa faktor mengenai kondisi dan karakteristik konteks (dalam hal ini Humas Pemerintah daerah yang diwakili oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Ciamis) sebelum suatu program dilaksanakan, masukan (input) yang diberikan sebagai persiapan pelaksanaan program supaya bisa berjalan berjalan lancar, proses bagaimana program dilakukan dari awalnya dengan pendekatannya apakah sesuai dengan konteksnya dan merupakan proses yang tepat untuk mencapai tujuan program, dan akhirnya dapat melihat kualitas hasil yang telah dicapai selama pelaksanaan program. Dari kumpulan informasi lengkap yang meliputi empat faktor ini peneliti dapat dengan mudah untuk menganalisis dengan melihat kesesuaian antar faktor sehingga dapat diketahui kelemahan dan

kekuatan dari program yang telah dijalankan dan selanjutnya dapat dijadikan dasar untuk menyusun saran secara operasional untuk memperbaikinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Public Relations sebagai alat manajemen modern yang secara struktural merupakan bagian integral dari suatu kelembagaan atau organisasi. Artinya PR/Humas bukanlah merupakan fungsi terpisah dari fungsi kelembagaan atau organisasi tersebut alias bersifat melekat pada manajemen baik perusahaan maupun pemerintahan. Hal tersebut menjadikan humas/PR dapat menyelenggarakan komunikasi dua arah atau timbal balik antara organisasi / lembaga yang diwakilinya dengan publiknya. Peranan ini turut menentukan sukses atau tidaknya visi, misi dan tujuan bersama dari lembaga tersebut.

Public Relations pemerintah secara umum memiliki fungsi untuk memudahkan menjamin arus opini yang dapat mewakili publiknya, mengabdikan pada kepentingan umum, memelihara komunikasi yang baik, sebagai jembatan atau komunikator aktif dalam komunikasi dua arah dan memiliki tugas menilai sikap atau opini publik, memberi nasehat pada pimpinan, memberi penerangan pada publik tentang aktivitas dan perkembangan lembaga yang diwakilinya.

Pada sisi yang lain, dalam pelaksanaan otonomi daerah, maka *Public Relations* memiliki peran yang sangat strategis dalam turut mensukseskan program otonomi daerah tersebut. Otonomi daerah yang dicirikan dengan masyarakat mandiri, yang dapat secara bebas menentukan sendiri pilihannya berdasarkan kebutuhan yang diperlukan dan dirasakan sedang peran pemerintah sebagai fasilitator yang lebih mengedepankan fungsi melayani dan memberikan fasilitas pada usaha-usaha pemberdayaan masyarakat sehingga tercipta realitas pemerintahan yang baik (*good governance*) yang dicirikan dengan partisipasi, transparansi, responsif, orientasi konsensus, kesamaan derajat, efektifitas dan efisiensi, akuntabilitas dan sebagainya. Dalam konteks inilah humas pemerintah (*government Public Relations*) memiliki kesesuaian yang sinergis dengan apa telah tersebut diatas, yaitu terciptanya hubungan yang harmonis antara pemerintah dan

masyarakat dengan menciptakan pola komunikasi dua arah yang dapat mendorong transparansi, keterbukaan dan partisipasi aktif dari seluruh komponen masyarakat dalam mendukung suksesnya program yang rencanakan.

Dalam pelaksanaan otonomi daerah di Kabupaten Ciamis, *Public Relations* pemerintah yang diwakili oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Ciamis telah memerankan dirinya sebagai pemasok informasi bagi pengambil kebijakan. Kedudukan Dinas Kominfo di Kabupaten Ciamis sangatlah strategis yaitu langsung di bawah kepala daerah atau Bupati dan sebagai salah satu pintu utama pemasok informasi bagi pengambil kebijakan khususnya Bupati Kepala Daerah. Posisi dalam struktur manajemen tersebut sebagaimana yang disarankan oleh *Ivy Ledbetter Lee* tokoh *Public Relations* pertama dalam mengatasi krisis yang tengah terjadi di industri batu bara di Amerika Serikat pada tahun 1906 mengajukan solusi penting yang cukup revolusioner dalam peranan *Public Relations* / humas dengan beberapa konsepsi prinsip-prinsip dasar antara lain : *pertama*, membentuk manajemen humas untuk mengatur arus informasi / berita secara terbuka, bekerja sama dengan pihak pers, duduk sebagai top manajer (pengambil kebijakan) dibidang humas. *Kedua*, memiliki wewenang penuh dalam melaksanakan fungsi dan peranan sebagai pejabat humas untuk mengelola manajemen humas. *Ketiga*, manajemen humas harus bersifat terbuka dalam informasi (*open communication*), baik kepada khalayak/publik.

Dengan kedudukan Dinas Kominfo yang langsung di bawah pengambil kebijakan ini memberikan ruang gerak dan peluang yang besar untuk lebih efektif melakukan manajemen humas serta dapat dengan mudah merancang strategi komunikasi yang tepat bagi masyarakat guna mendukung terwujudnya visi, misi dan tujuan pemerintah daerah Kabupaten Ciamis khususnya dalam menyukseskan program otonomi daerah yang telah dicanangkan bersama.

Analisa terhadap proses manajemen humas pemerintah yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Ciamis mulai dari tahap pendefinisian situasi (*Fact*

Finding), perencanaan dan pemrograman (*Planning and Programing*), pelaksanaan aktivitas dan komunikasi (*taking action and communicating*), Evaluasi Program (*Evaluating the Program*) sebagaimana berikut:

Pendefinisian (*Fact Finding*) Masalah Kehumasan pada Dinas Infokom Kabupaten Ciamis

Berdasarkan hasil analisis, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Ciamis yang memerankan fungsi humas pemerintah Kabupaten Ciamis sebelum membuat perencanaan program dan pelaksanaan programnya terlebih dahulu melakukan analisa situasi dan identifikasi terhadap permasalahan masyarakat tersebut serta melakukan penelitian dan pengamatan akan sikap masyarakat terhadap kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah. Terdapat dua mekanisme jalur yang dipakai dalam melakukan identifikasi permasalahan dan identifikasi opini publik ini adalah melalui jalur *struktural* berupa pengumpulan fakta dan informasi yang didapat dari lembaga legislatif maupun eksekutif setempat seperti melalui pertemuan-pertemuan formal dengan masyarakat di desa-desa dengan aparat desa atau melalui demo-demo di kantor dewan dan selanjutnya diformulasikan oleh dewan untuk disampaikan pada pihak eksekutif. Jalur kedua yang dipakai untuk melakukan identifikasi adalah melalui jalur *kultural* yaitu informasi yang langsung didapat dari masyarakat seperti *Jaring Asmara* (Jaringan Aspirasi Masyarakat) yaitu dengan menyerap aspirasi langsung dari masyarakat melalui pertemuan-pertemuan ataupun respon yang disampaikan oleh masyarakat melalui media radio Radio Kabupaten Pemerintah Daerah (RKPD) yang dimilikinya dengan segala acara yang sifatnya *public service* berupa dialog interaktif atau Talk Show. Salah satu contoh kasus adalah respon masyarakat terhadap kebijakan penetapan kawasan *Sae Salera* sehingga pejabat humas dalam hal ini Dinas Komunikasi dan Informatika mencoba untuk menformulasikan strategi komunikasi apa yang patut untuk disampaikan pada masyarakat dalam masalah ini.

Dari kedua mekanisme jalur yang dipakai untuk melakukan identifikasi permasalahan masyarakat tersebut sebenarnya yang lebih efektif untuk mendapatkan informasi yang valid

dan lepas dari subjektifitas penguasa dan lebih mengedepankan aspek transparansi aspirasi adalah jalur *kultural* melalui *jaring asmara*, mengingat hal tersebut lebih bersifat partisipatif dan menjunjung asas keterbukaan masyarakat sehingga program yang selanjutnya direncanakan dan strategi komunikasi atau kampanye programnya akan relatif jauh dari bias karena mengetahui masalah yang dihadapi oleh masyarakat secara langsung karena masyarakat menyampaikannya langsung dalam nuansa situasi yang non formal dan spontan sehingga informasi yang disampaikan cenderung *genuine*, bersih dari subjektifitas dan interpretasi pihak lain.

Strategi *Jaring Asmara* sejalan dengan paradigma yang ingin dibangun dalam era otonomi daerah, yaitu adanya partisipasi aktif masyarakat dalam setiap kebijakan atau program yang dijalankan pemerintah. Karena humas sebagai akses bagi publik maka humas pemerintah harus dapat membawa diri dan membuka diri pada masyarakat, sehingga masyarakat dapat menyampaikan aspirasinya secara bebas pada pemerintah. Salah satu bentuk *jaring asmara* yang dilakukan adalah dengan membuka acara spesial dalam station radio Radio Kabupaten Pemerintah Daerah (RKPD)-nya berupa 'Bupati Menjawab' (Bincang-Bincang Sore/BBS) yang dilakukan secara interaktif. Sehingga pemerintah dapat mengetahui apa yang sesungguhnya terjadi dan dialami oleh masyarakat. hal ini akan menjadi modal awal bagi pemerintah dalam merencanakan dan melaksanakan programnya sehingga dapat didukung secara positif pula oleh masyarakat.

Perencanaan dan Pemrograman (*Planning And Programing*) Aktivitas Humas Pemerintah

Dalam aktivitas perencanaan program kehumasan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Ciamis melakukan beberapa langkah yaitu membuat Rencana Strategi (RENSTRA), menetapkan kebijakan lima tahunan, membuat matrik kebijakan dan membuat rencana kinerja tahunan.

Dalam perencanaannya pula Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Ciamis membuat perencanaan berbagai bentuk program kegiatan. Namun dari pengamatan yang dilakukan di lapangan kecenderungan yang

muncul adalah program yang direncanakan masih sebatas mengulang dari perencanaan program atau program yang pernah dilakukan pada tahun-tahun sebelumnya setidaknya pada saat sebelum program otonomi daerah secara efektif diberlakukan di Ciamis pada pertengahan tahun 2001. Perencanaan program yang dibuat juga terkesan kurang kreatif dan sedikit inovasi walaupun terdapat perubahan sasaran pembinaan yaitu yang dahulunya diarahkan pada pembinaan kelompok di bidang pertanian saja, maka semenjak otonomi daerah sasaran pembinaan lebih diarahkan pada pengembangan kelompok kewirausahaan yaitu pengembangan ekonomi masyarakat mandiri. Kurangnya inovasi dalam perencanaan program ini disebabkan salah satunya pada budaya aparatur pemerintah yang selama ini memang cenderung tidak berani melakukan kreatifitas dan inovasi program dengan alasan semuanya telah ditetapkan dari atas (*top down*) serta budaya kerja yang melekat pada aparatur pemerintahan yang cenderung 'malas, monoton dan pro status quo' sehingga tidak berani melakukan perubahan dan kreasi program walaupun perkembangan masyarakat bisa jadi telah berubah serta disebabkan pula oleh kualitas sumberdaya manusia yang dimiliki oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Ciamis.

Pelaksanaan Aktivitas dan Komunikasi (Taking Action And Communicating) Program Humas Pemerintah

Apabila ditilik dari tugasnya, *Public Relations* pemerintah menurut F. Rahmadi (1994:78) setidaknya memiliki empat tugas penting, yaitu memberikan penerangan dan pendidikan tentang kebijakan pada masyarakat, memberi bantuan bahan kepada media massa, mempromosikan kemajuan pembangunan dan memonitor pendapat umum. Berkenaan dengan tugas *Public Relations* sebagaimana tersebut diatas, maka kegiatan/aktivitas humas pemerintah yang diwakili oleh Dinas Komunikasi dan Informatika dapat dilihat dan dibagi dalam empat konteks tersebut, antara lain:

Pertama, dalam menjalankan tugasnya sebagai penerangan dan pendidikan pada masyarakat tentang kebijakan pemerintah hal ini dapat dilihat pada kegiatan antara lain pembinaan kelompok, pembinaan dan

pemberdayaan Pusat Informasi Pesantren, Penyuluhan Terpadu Remaja Informasi, Perpustakaan Daerah, Pembinaan Kelompok Koordinasi Perfilman Daerah (KKPD), Siaran Keliling, Pertunjukan Rakyat, penerbitan tabloid Fokus Ciamis, pembuatan spanduk dan diklat jurnalistik. Kegiatan-kegiatan tersebut lebih berfungsi memberikan penerangan atau sosialisasi pada masyarakat tentang kebijakan yang sedang diambil serta dijalankan oleh pemerintah daerah. Begitu pula kegiatan ini sebagai salah satu media pendidikan pada masyarakat untuk lebih cerdas di dalam memanfaatkan dan mengelola potensi informasi bagi kepentingan bersama. Kegiatan tersebut merupakan bagian dari wujud pelayanan pada masyarakat (*Public Service*) berupa komunikasi informasi yang dibutuhkan oleh kedua belah pihak (pemerintah dan masyarakat) sehingga tercipta hubungan yang harmonis dalam proses penyelenggaraan pemerintahan yang baik (*Good Governance*) yang dilandasi atas sikap transparansi, keterbukaan dan objektifitas.

Kedua, memberi bantuan kepada media berita (*news media*) berupa bahan informasi. Hal ini dapat dilihat pada kegiatan pembuatan pers release, pelayanan informasi, pembuatan dokumentasi pidato Bupati, penerbitan tabloid Fokus Ciamis dan sebagainya. Kegiatan-kegiatan tersebut lebih bersifat supporting media, yaitu pemberian bahan-bahan informasi mengenai 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 Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Ciamis memberikan fasilitas keterbukaan informasi bagi media yang ingin meliput maupun mengangkat berbagai peristiwa yang sedang atau telah dilakukan oleh pemerintah dalam media yang dikelolanya.

Ketiga, mempromosikan kemajuan pembangunan. Hal ini dapat terlihat pada kegiatan pembuatan leaflet potensi unggulan daerah, baliho perkembangan daerah maupun pemutaran film pembangunan. Kegiatan ini memberikan informasi pada masyarakat tentang apa yang telah dicapai oleh pemerintah khususnya dalam bidang pembangunan dan pengembangan potensi daerah.

Keempat, memonitor pendapat umum. Hal ini dapat dilihat pada kegiatan pertemuan rutin

Bakohumas, pengembangan media *jaring asmara*, peretemuan-pertemuan dengan masyarakat, pengelolaan Radio Kabupaten Pemerintah Daerah (RKPD) dengan program public service-nya, misalnya Bincang-Bincang Sore (BBS) "Bupati Menjawab". Khusus program Bupati Menjawab merupakan media yang sangat efektif untuk menciptakan komunikasi dua arah antara pemerintah dengan rakyatnya secara terbuka sekaligus menghapus sekat psikologis yang mungkin selama ini terjadi yang menjadi penghambat bagi upaya transparansi dan pelayanan terbaik pada masyarakat, karena dalam acara tersebut masyarakat dapat menyampaikan uneg-unegnya, keluhan, kritik, masukan dan apa saja secara langsung dan terbuka pada Bupati tanpa sensor sedikitpun sehingga bahasa yang ditampilkannya begitu lugas dan terbuka walau tetap dengan cara penyampaian yang santun. Dalam forum ini Bupati khususnya dan dinas-dinas lain pada umumnya begitu pula Dinas Komunikasi dan Informatika sebagai fasilitator acara tersebut dengan mudah mengetahui respon dan tanggapan masyarakat terhadap kualitas pelayanan yang selama ini disampaikan pada masyarakat, lebih-lebih hal ini merupakan *feedback* pada pimpinan pemerintahan dan pimpinan instansi pemerintahan yang bersangkutan sebagai input dalam proses pengambilan kebijakan selanjutnya.

Evaluasi (*Evaluating the Program*) Pelaksanaan Program Humas Pemerintah

Tahap evaluasi adalah suatu kegiatan yang mengusahakan agar aktivitas-aktivitas terlaksana sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dan atau hasil yang dikehendaki. Sebagaimana menurut Scott Cutlip & Center (2000:340) bahwa aktivitas ini melibatkan proses menaksir persiapan, implementasi dan hasil program serta umpan balik dan analisis terhadap program yang telah dilaksanakan.

Dalam kaitan dengan hal tersebut, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Ciamis dalam melakukan evaluasi menetapkan beberapa standar dan alat ukur yang sebelumnya telah ditetapkan dalam proses perencanaan program sekaligus estimasi pencapaian kinerja. Dalam melakukan evaluasi programnya, Dinas Komunikasi dan Informatika juga menetapkan beberapa alat untuk melakukan proses tersebut salah satunya

adalah dengan membuat mekanisme evaluasi program baik berkenaan dengan mekanisme waktu evaluasi, mekanisme evaluasi pencapaian program.

Dinas Informasi dan Komunikasi dalam mengetahui respon atau tanggapan masyarakat terhadap program yang telah dilaksanakan melalui beberapa cara antara lain : Mendapatkan informasi dan laporan pada saat dilaksanakan acara Rapat Koordinasi Tetap (Rakortab) yang diadakan oleh Pemerintah Daerah antara Bupati dan seluruh dinas yang ada, evaluasi pada kegiatan berikutnya, respon melalui media Radio dan media massa lain, pertemuan-pertemuan, pengamatan terhadap perubahan perilaku secara riil. Sebagaimana dinyatakan oleh Rosady Ruslan (2003:67) bahwa media massa (termasuk radio) merupakan cara efektif pembentukan opini publik karena topik-topik berita yang dipublikasikan pasti mengandung pembentukan opini, hal ini dapat dilihat dari program yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Ciamis melalui Radio Kabupaten Pemerintah Daerah (RKPD) dengan program Talk Show Interaktif (*Public Service Program*), berupa BBS "Bupati Menjawab" dimana masyarakat dapat berinteraksi langsung menyampaikan segala hal uneg-uneg, keluhan, masukan dan segala macamnya terhadap program yang dilaksanakan oleh pemerintah. Dari sini terlihat secara nyata bagaimana respon masyarakat terhadap suatu program yang dilaksanakan.

Begitu pula perubahan perilaku riil masyarakat merupakan wujud respon yang secara nyata ditampilkan oleh masyarakat. Sejauh mana perubahan perilaku yang ditampilkan adalah wujud dari penerimaan, respon atau tanggapan masyarakat terhadap program komunikasi yang dilancarkan. Semakin positif atau dekat perubahan perilaku ke arah yang diharapkan oleh program kampanye humas menunjukkan semakin positif respon masyarakat yang hal itu menunjukkan berhasilnya program kampanye humas pada masyarakat. salah satu contoh kasus adalah program kampanye humas yang dilakukan oleh Dinas Informasi dan Komunikasi Kabupaten Ciamis tentang penanaman bibit tembakau *Prancak-Cangkring* kepada para petani, yang dahulunya petani menanam bibit tembakau dari luar Ciamis setelah dilancarkan kampanye ini

banyak petani yang sudah mulai beralih tanam pada bibit jenis ini (*Pranca-Cangkring*) hal ini menunjukkan keberhasilan program kampanyenya sekaligus wujud respon positif masyarakat terhadap program Dinas Komunikasi dan Informatika.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pelaksanaan Otonomi daerah mensyaratkan adanya partisipasi dan keterbukaan komunikasi antara pemerintah dengan masyarakatnya. Untuk itu peran aktif dari Humas pemerintah dalam hal ini Dinas Kominfo menjadi strategis untuk ikut memberikan kontribusi melalui penyelenggaraan sektor pengembangan informasi dan komunikasi dua arah antara pemerintah dengan masyarakat khususnya dalam mendukung terciptanya keterbukaan informasi, transparansi, partisipasi masyarakat dalam penyelenggaraan pemerintahan yang baik (*good Governance*).

Secara lebih khusus berkenaan dengan praktek manajemen humas pemerintah pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Ciamis dapat disimpulkan, antara lain: (a) dalam melakukan identifikasi terhadap permasalahan humasnya (*fact finding*), Dinas Informasi dan Komunikasi menggunakan dua macam strategi yaitu struktural melalui eksekutif maupun legislatif dan kultural melalui *Jaring Asmara* (Jaringan Aspirasi Masyarakat). strategi terakhir cukup efektif dalam konteks partisipasi dan pemberdayaan masyarakat; (b) proses perencanaan (*planning*) yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Ciamis telah memenuhi syarat dalam perencanaan sebuah program berdasarkan konsep manajemen strategik yaitu perumusan Visi, Misi, Tujuan, perumusan kebijakan dan perencanaan program. Dalam proses perencanaan ini pula ditetapkan indikator keberhasilan sebagai alat untuk mengukur pencapaian kinerja selanjutnya serta estimasi terhadap hasil yang akan dicapai dalam pelaksanaan program; (c) pelaksanaan program (*action and communicating*) yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Ciamis menggunakan beberapa media komunikasi humas antara lain: *The Printed Word* (Tabloid, Leaflet, Spanduk, Baliho, buku Kumpulan Pidato Bupati). *The*

Spoken Word (Pertemuan Pertunjukan Rakyat). *Media Lain* (Pusat Informasi Pesantren, Pos Informasi Desa, Radio, Pemutaran Film, Pembinaan Kelompok Koordinasi Perfilman Daerah (KKPD), Siaran keliling). Serta dalam pelaksanaan programnya Dinas Informasi dan Komunikasi melakukan pembagian tugas berdasar tupoksinya masing-masing; (d) pelaksanaan evaluasi (*evaluating*) program yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika dibagi berdasarkan mekanisme waktu evaluasi (Mingguan, Bulanan dan Tahunan). Serta berdasarkan jalur struktur yang ada. Sedangkan untuk mengetahui respon masyarakat terhadap program yang dilaksanakan melalui beberapa cara atau strategi antara lain: Rakortap (Rapat Koordinasi Tetap), Pelaksanaan kegiatan berikutnya, pemanfaatan media massa (Tabloid dan Radio Kabupaten Pemerintah Daerah (RKPD), pertemuan langsung dengan masyarakat serta pengamatan terhadap perubahan perilaku masyarakat secara riil.

Saran

Setelah mengamati seluruh rangkaian dalam proses manajemen humas pada lembaga pemerintahan dan setelah melakukan analisis terhadap proses tersebut maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut: (a) berkenaan dengan proses identifikasi terhadap permasalahan humas (*fact finding*) sebagai langkah awal dalam melakukan proses manajemen humasnya, maka perlu ditingkatkan upaya memaksimalkan partisipasi masyarakat dan keterbukaan masyarakat guna mendapatkan informasi yang lengkap, komprehensif dan mendalam terhadap permasalahan yang terjadi sebagai dasar awal dalam merencanakan sebuah program kegiatan; (b) terhadap proses perencanaan program yang dilakukan (*planning*), agar lebih mengedepankan aspek kultural sebagai dasar perencanaan programnya dengan lebih mendasarkan pada permasalahan objektif yang dihadapi dan dibutuhkan oleh masyarakat pada saat itu sehingga program yang dibuat benar-benar dibutuhkan (*needed*) dan menyentuh pada permasalahan masyarakat yang sedang dialami; (c) humas Pemerintah perlu lebih meningkatkan kreativitas dalam pelaksanaan programnya (*Action and communicating*), dengan lebih memanfaatkan dan mengoptimalkan potensi media yang ada

serta perlu meningkatkan keterampilan dan kemampuan (*skill*) Sumber daya manusia (SDM) Dinas Komunikasi dan Informatika dalam memanfaatkan teknologi informasi (*information technology*) yang ada dan berkembang sekarang; (d) dalam pelaksanaan evaluasi programnya, Humas Pemerintah diharapkan lebih jeli dan lebih mengedepankan aspek objektivitas dengan ukuran hasil (tolok ukur) yang jelas dan lebih spesifik baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Serta diharapkan perlu lebih aktif dan kreatif dalam mendapatkan respon atau feed back dari masyarakat terhadap program yang dilaksanakan oleh pemerintah khususnya Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Ciamis.

DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, Scott. M. Center Allen H. & Broom. Glen. M. 2000. *Effective Public Relations*. (8th ed.). New Jersey: Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Djanaid, Djanalis, 1993. *Public Relations: Dalam Teori dan Praktek*, Edisi VII (Revisi). Malang, Indopurels Training.
- Lembaga Administrasi Negara RI. 2000. *Pedoman Penyusunan Pelaporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah* Jakarta: LAN-BPKP.
- Rahmadi, , 1994. *Public Relations: Dalam Teori dan Praktek, Aplikasi Dalam Badan Usaha Swasta dan Lembaga Pemerintah*. (Cet.3.). Gramedia Pustaka Utama
- Rosady Ruslan. 2003. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Utama.
- Steinberg, Charles, S. 1958. *The Mass Communicators*, Harpers & Bros. New York.
- Sutopo, H.B. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Surakarta, Sebelas Maret University Press.
- Widodo, Joko,. 2001. *Good Governance: Telaah dari Dimensi Akuntabilitas dan Kontrol Birokrasi pada Era Desentralisasi dan Otonomi Daerah*. PPS Untang, Surabaya: Insan Cendekia.

