

**PERAN *PUBLIC RELATIONS* DI KANTOR DINAS PEMUDA, OLAHRAGA,
PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
KABUPATEN SUKOHARJO**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



Disusun Oleh :

Niken Wulanjari
NIM. 11402241048

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN ADMINISTRASI PERKANTORAN
JURUSAN PENDIDIKAN ADMINISTRASI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2015**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERAN *PUBLIC RELATIONS* DI KANTOR DINAS PEMUDA,
OLAHRAGA, PARIWISATA DAN KABUPATEN SUKOHARJO**

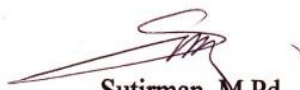
SKRIPSI

Oleh:
Niken Wulanjari
NIM 11402241048

Telah disetujui dan disahkan pada tanggal 15 Oktober 2015
Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi

Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran
Jurusan Pendidikan Administrasi
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta

Disetujui,
Dosen Pembimbing,


Sutirman, M.Pd.
NIP. 19720103 200501 1 001

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERAN *PUBLIC RELATIONS* DI KANTOR DINAS PEMUDA,
OLAHRAGA, PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
KABUPATEN SUKOHARJO**

Niken Wulanjari
NIM 11402241048

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi
Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
pada Tanggal 10 November 2015 dan dinyatakan telah memenuhi
syarat guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan

DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Siti Umi Khayatun M., M.Pd	Ketua Penguji		3/12/2015
Sutirman, M.Pd.	Sekretaris Penguji		23/11/2015
Purwanto, M.M., M.Pd.	Penguji Utama		19/11/2015

Yogyakarta, 7 Desember 2015

Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan



Dr. Sugharsono, M.Si.

NIP. 19550328 198303 1 002

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Niken Wulanjari
NIM : 11402241048
Program Studi : Pendidikan Administrasi Perkantoran
Fakultas : Ekonomi
Judul : **PERAN *PUBLIC RELATIONS* DI KANTOR DINAS
PEMUDA, OLAHRAGA, PARIWISATA DAN
KEBUDAYAAN KABUPATEN SUKOHARJO**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim. Apabila terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 26 Oktober 2015

Yang menyatakan,



Niken Wulanjari
NIM.11402241048P

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hendaknya kepada Tuhanmulah kamu berharap”.
(Q.S Al-Insyiroh 6-8)

“Manfaatkan waktu sebaik-baiknya. Belajar jangan hanya di kampus tapi juga di luar kampus. Kenali banyak orang, bangun relasi, tumbuhkan intelegensimu”
(Anies Baswedan)

“Untuk mendapatkan sebuah kesuksesan,
Kamu harus memiliki keberanian yang lebih besar dari pada rasa takutmu”.
(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, karya sederhana ini kupersembahkan untuk :

❖ Orang tuaku

Bapak Warsino dan Ibu Eny Rusmiyati, terimakasih untuk semangat, dukungan dan finansial selama menempuh pendidikan ini. Terimakasih atas doa yang selalu tercurah serta nasehat yang tidak akan pernah kulupa. Semoga kelak dapat membanggakan dan membahagiakan kalian.

❖ Almamaterku Universitas Negeri Yogyakarta

**PERAN *PUBLIC RELATIONS* DI KANTOR DINAS PEMUDA, OLAHRAGA,
PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN (POPK)
KABUPATEN SUKOHARJO**

**Oleh :
Niken Wulanjari
NIM. 11402240148**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) peran *public relations* di Kantor Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo, (2) faktor pendukung dalam melaksanakan peran *public relations*, (3) faktor penghambat dalam melaksanakan peran *public relations*; dan (4) upaya yang dilakukan untuk mengatasi faktor penghambat dalam melaksanakan peran *public relations*.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Subjek penelitian terdiri dari beberapa orang yaitu Kepala Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo, bagian Kesekretariatan, dan Kepala bidang Pariwisata dengan cara penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik keabsahan data yang digunakan yaitu triangulasi sumber dan metode.

Hasil penelitian menunjukkan (1) peran *public relations* di Kantor Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo meliputi: (a) peran *public relations* sebagai *communicator* untuk publik eksternal yaitu penyampaian informasi kepada *stakeholder*, penyampaian informasi pada instansi lain, penyampaian informasi pada masyarakat sekitar kantor dan *talkshow*. Sedangkan untuk publik internal yaitu rapat koordinasi staf dan apel pagi, (b) peran *public relations* sebagai *relationship* untuk publik eksternal yaitu bekerjasama dengan pers, bekerjasama dengan *stakeholder* dan bekerjasama dengan instansi lain. Sedangkan untuk publik internal yaitu pembinaan rutin dan kerjasama antar bidang, (c) peran *public relations* sebagai *back up management* yaitu menganalisis masukan dari masyarakat, merencanakan program kegiatan berdasarkan masukan masyarakat, berkoordinasi antar bidang dan mengadakan evaluasi kegiatan, (d) peran *public relations* sebagai *good image maker* diwujudkan dengan memberikan pelayanan kepada publik, ikut berpartisipasi dalam kegiatan sosial masyarakat. (2) faktor pendukung dalam melaksanakan peran *public relations* yaitu: (a) kerjasama yang baik antar pegawai dan (b) kerjasama yang baik dengan pihak yang berkepentingan. (3) faktor penghambat dalam melaksanakan peran *public relations* yaitu: (a) bagian yang merangkap peran sebagai *public relations* memiliki tugas yang *overload*, (b) kurangnya kualitas SDM dalam mengelola media, dan (c) minimnya anggaran. (4) upaya yang dilakukan untuk mengatasi faktor penghambat yaitu: a) membagi tugas khususnya pada bidang yang merangkap peran sebagai *public relations*, b) memberikan pelatihan terkait pengelolaan media dan c) mengoptimalkan anggaran yang ada.

Kata kunci : Peran *public relations*, Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo

**ROLE PUBLIC RELATIONS IN YOUTH, SPORT, TOURISM AND CULTURE
AFFAIR (POPK) OF SUKOHARJO DISTRICT**

By:
Niken Wulanjari
NIM. 11402241048

ABSTRACT

This research aims to know 1)The roles of public relations in Youth, Sport, Tourism and Culture Affair (POPK) of Sukoharjo District, 2)Supporting factors of implementation roles of public relations, 3)The obstacle factors of implementation roles of public relations, 4)The efforts to overcoming obstacle factors of implementation roles of public relations.

This research is a descriptive qualitative research. The data collection techniques used interviews, observation, and documentation. The subject consists of several informants, head of Youth, Sport, Tourism and Culture Affair of Sukoharjo District, Subdivision of secretarial, and head subdivision of tourism by means of sampling using purposive sampling techniques. The data validity techniques used is method and source triangulations.

Results research :1) The role of public relations in POPK of Sukoharjo District is a) the role of public relations as communicator for external public is giving information to stakeholder, giving information to another institute, and giving information to community around of office and talkshow, meanwhile for internal public is staff meeting and ceremony. b) the role of public relations as relationship for external public is cooperation with pers, cooperation with stakeholder, and cooperation with another institute. meanwhile for internal public is routine foundin and cooperation with cross sector. c) the role of public relations as back up management is input analyze from community, planning activity basic of community input, coordination with cross sector and arrange activity evaluation. d) the role of public relations as good image maker was formed by giving service to public and join partisipation in social activity. 2) Supporting factors of implementation roles of public relations is a) good cooperation with employee, b) good cooperation with side which having an interest. 3) The obstacle factors of implementation roles of public relations is a) the division which double as public relations role have overload assignment , b) less of human resources to manage media; and c) minimum of budget. 4) The efforts to overcoming obstacle factors of implementation roles of public relations is a) shared task specially for double as sector as role of public relations, b) give training to manage media; and 3)optimize the budgeting.

Keywords : Role of Public Relations, Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi dengan judul “Peran *Public Relations* di Kantor Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo” ini dengan baik.

Penulis menyadari, tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, Tugas Akhir Skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd. M.A., Rektor UNY yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Sugiharsono, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi UNY yang telah memberikan izin untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Bapak Joko Kumoro, M.Si., Ketua Jurusan Pendidikan Administrasi dan Ketua Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran.
4. Bapak Sutirman, M.Pd., Dosen Pembimbing yang dengan sabar mengarahkan, membimbing, memberi waktu, motivasi dan ilmunya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Purwanto, M.M., M.Pd., Dosen Narsumber yang telah memberikan masukan sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.

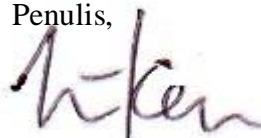
6. Ibu Siti Umi Kahayatun M, M.Pd., Dosen Pembimbing Akademik yang dengan sabar memberikan bimbingannya.
7. Seluruh Dosen Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran yang telah memberikan ilmunya selama kuliah.
8. Bapak Suramto, SE., Selaku Kepala Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo yang telah memberikan izin dalam penyusunan skripsi ini.
9. Pegawai Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo yang sudah membantu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh keluarga besar yang telah memberikan semangat dan doa untukku.
11. Adikku Rahmad Wibi Sana terimakasih atas doa dan motivasinya.
12. Benny Alan Listianto yang selalu menjadi pendengar setia, sabar, selalu memberikan motivasi, nasehat dan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
13. Ayny Maharrayni Fatmawati S.Pd, Suryanti, Desi Triani, Bkti Noorhayati terimakasih telah berkenan untuk menjadi pendengar, memberikan motivasi, mendoakan, mendukung, membantu selama penyusunan skripsi, serta terimakasih telah mengajarkan arti kebersamaan.
14. Sahabat-sahabatku sejak dibangku SMA, Mafthukhah Arnum Ristiani, S.ST, Nia Priska Widyawati, S.Pd, dan Rhovi Mustaqimah S.KM, terimakasih selalu memberikan motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

15. Rekan-rekan seperjuangan Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Kelas A 2011, terimakasih atas kebersamaan, bantuan, motivasi, doa dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
16. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung selama studi serta terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati, demi perbaikan penulisan dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 26 Oktober 2015

Penulis,



Niken Wulanjari

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Pembatasan Masalah	5
D. Perumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Deskripsi Teori	8
1. <i>Public relations</i>	8
a. Pengertian <i>Public Relations</i>	8
b. Fungsi <i>Public Relations</i>	10
c. Tugas <i>Public Relations</i>	12
d. Tujuan <i>Public Relations</i>	13
e. Pengertian Publik dalam <i>Public Relations</i>	15
f. Peran <i>Public Relations</i>	16
g. Sasaran <i>Public Relations</i>	19
h. Media <i>Public Relations</i>	20
i. Proses <i>Public Relations</i>	23
j. Kegiatan <i>Public Relations</i>	25
2. Komunikasi	27
a. Pengertian Komunikasi	27
b. Unsur Komunikasi	29
B. Hasil Penelitian yang Relevan	31
C. Kerangka Pikir	35
D. Pertanyaan Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Desain Penelitian	38
B. Tempat dan Waktu Penelitian	39
C. Definisi Operasional	39
D. Subjek Penelitian	39

E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Instrumen Penelitian	42
G. Teknik Analisa Data	45
H. Teknik Keabsahan Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Hasil Penelitian	48
1. Deskripsi Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo	48
a. Sejarah singkat	48
b. Kondisi Fisik	49
c. Visi, Misi dan Tujuan	49
d. Susunan Organisasi	52
2. Deskripsi Data Penelitian	62
a. <i>Public Relations</i> sebagai <i>Communicator</i>	62
b. <i>Public Relations</i> sebagai <i>Relationship</i>	69
c. <i>Public Relations</i> sebagai <i>Back up management</i>	74
d. <i>Public Relations</i> sebagai <i>Good image maker</i>	76
e. Penggunaan Media Komunikasi	78
f. Faktor Pendukung Pelaksanaan Peran <i>Public Relations</i>	82
g. Faktor Penghambat Pelaksanaan Peran <i>Public Relations</i>	83
h. Upaya untuk Mengatasi Faktor Penghambat	84
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	86
BAB V KESIMPULAN	102
A. Kesimpulan	102
B. Saran	104
DATAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	107

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Daftar Subjek Penelitian	40
2. Kisi-kisi Pedoman Observasi	42
3. Kisi-kisi Pedoman Wawancara	44
4. Kisi-kisi Pedoman Dokumentasi	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Skema Kerangka Pikir	36
2. Struktur Organisasi	61
3. Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo	139
4. <i>Booklet</i> Pariwisata Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo	142
5. Poster Kegiatan	143
6. <i>Website</i> Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo	144
7. CD Profile Pariwisata Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo	145

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Pedoman Wawancara	109
2. Hasil Wawancara	115
3. Pedoman Observasi	134
4. Hasil Observasi	136
5. Daftar Pegawai	139
6. Dokumentasi	141
7. Surat Ijin Penelitian dan Surat Keterangan	146

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dampak dari adanya globalisasi sangat dirasakan di masyarakat. Banyak sekali terjadi persaingan yang kuat di berbagai bidang termasuk pada instansi pemerintahan. Hal tersebut mendorong suatu instansi untuk terus berusaha meningkatkan sikap yang proaktif terhadap peristiwa-peristiwa yang sedang berkembang, sehingga instansi atau organisasi dapat menangkap peluang yang ada untuk mencapai suatu tujuan.

Instansi yang bergerak di bidang pemerintahan tentunya membutuhkan banyak peran serta dari masyarakat maupun pihak-pihak terkait dalam mencapai tujuan. Hal tersebut memungkinkan suatu instansi untuk berinteraksi dengan masyarakat maupun pihak-pihak terkait. Sehingga, dibutuhkan suatu bagian yang dapat menjembatani antara instansi dengan masyarakat maupun dengan pihak-pihak terkait dalam menjalin hubungan yang saling menguntungkan.

Hubungan antara instansi dengan masyarakat dan pihak-pihak terkait dapat terjalin secara baik dengan adanya bagian yang melaksanakan peran sebagai *public relations*. *Public relations*

diharapkan dapat menjalankan tugasnya untuk membina hubungan yang harmonis antara instansi dengan publiknya.

Peran *public relations* dewasa ini dirasakan sangat penting. Hal tersebut dikarenakan dengan adanya suatu bagian yang melaksanakan peran sebagai *public relations* dalam suatu instansi, maka *public relations* tersebut dapat dijadikan sebagai wakil atau duta dari suatu instansi. Selain itu dengan adanya bagian yang melaksanakan peran sebagai *public relations* dalam suatu instansi, maka akan mempermudah suatu instansi untuk memberikan pemahaman aktivitas dari instansi tersebut kepada publik melalui kegiatan komunikasi.

Hasil pengamatan yang dilakukan di Kantor Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan (POPK) Kabupaten Sukoharjo pada bulan Februari 2015, menunjukkan bahwa pelaksanaan peran *public relations* (humas) di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo belum optimal. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, belum adanya bagian yang secara khusus berperan sebagai *public relations*. Sehingga peran *public relations* di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo masih dirangkap oleh bagian kesekretariatan dan bidang pariwisata. Kedua, bagian kesekretarian dan bidang pariwisata yang merangkap untuk melaksanakan peran sebagai *public relations* sudah memiliki tugas pokok dan fungsinya

masing-masing yang harus dilaksanakan selain melaksanakan tugas kehumasan.

Public relations dalam melaksanakan peran tentunya tidak lepas dari adanya media sebagai sarana untuk menyebarkan informasi. Hal tersebut dikarenakan *public relations* memiliki fungsi salah satunya adalah menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik, dengan menyebarkan informasi dari instansi kepada publik dan menyalurkan opini publik pada instansi.

Menurut hasil pengamatan yang dilakukan pada bulan Februari 2015, pengelolaan media terutama *website* yang ada di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo masih belum optimal. Hal tersebut terlihat dari jarangnyanya memberikan informasi terbaru untuk diakses oleh publik. Adanya informasi yang kurang di *up date* tersebut dikarenakan terbatasnya sumber daya manusia (SDM) yang berkompeten dalam mengelola *website* sebagai media untuk menyebarkan informasi.

Kerjasama dan dukungan dari publik, pemerintah serta pihak-pihak yang terkait sangat dibutuhkan dalam mendukung tugas dan fungsi Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo terutama dalam melaksanakan peran *public relations*. Hal tersebut sebagai upaya untuk menciptakan adanya saling pengertian, kepercayaan, menciptakan komunikasi yang harmonis dengan publik serta

menciptakan penilaian baik (*good will*) dari semua pihak yang berkepentingan.

Public relations begitu penting dalam suatu instansi atau organisasi sehingga perlu dikaji lebih mendalam lagi mengenai peran *public relations*. Berdasarkan paparan yang telah disampaikan di atas kemudian diadakan penelitian mengenai Peran *Public Relations* di Kantor Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi antara lain sebagai berikut :

1. Peran *public relations* masih dirangkap oleh bagian kesekretariatan dan bidang pariwisata sehingga belum optimal.
2. Pengelolaan *website* sebagai media untuk menyebarkan informasi belum optimal.
3. Informasi yang ada di *website* jarang diperbaharui.
4. Terbatasnya sumber daya manusia (SDM) yang berkompeten dalam mengelola *website*

C. Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada masalah peran *public relations* yang masih dirangkap oleh bagian kesekretarian dan bidang pariwisata serta pengelolaan *website* sebagai media untuk menyebarkan informasi yang belum optimal.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka masalah yang menjadi fokus penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana peran *public relations* di Kantor Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo?
2. Apa faktor-faktor pendukung dalam melaksanakan peran *public relations* di Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo?
3. Apa faktor-faktor penghambat dalam melaksanakan peran *public relations* di Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo?
4. Bagaimana upaya yang dilakukan oleh Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo dalam mengatasi faktor-faktor penghambat?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan yaitu:

1. Untuk mengetahui peran *public relations* di Kantor Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor pendukung dalam peran *public relations* di Kantor Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo.
3. Untuk mengetahui faktor-faktor penghambat dalam peran *public relations* di Kantor Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo.
4. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan oleh Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo dalam mengatasi faktor-faktor penghambat.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian di masa yang akan datang dan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan pengembangan studi *public relations*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta pengalaman peneliti mengenai peran *public relations*. Selain itu, penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan.

b. Bagi Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo dalam rangka pelaksanaan peran *public relations*.

c. Bagi UNY

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumbangan bahan pustaka mengenai penelitian yang berhubungan dengan peran *public relations* bagi mahasiswa program studi Pendidikan Administrasi Perkantoran khususnya dan mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) pada umumnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. *Public Relations*

a. Pengertian *Public Relations*

Public relations dalam Bahasa Indonesia sering disebut dengan istilah hubungan masyarakat (Humas). *Public relations* atau humas sendiri memiliki beragam definisi. Hal tersebut dikarenakan banyaknya pakar maupun praktisi *public relations* yang mendefinisikan pengertian dari *public relations*. Banyaknya definisi mengenai *public relations* tersebut menyebabkan kebingungan masyarakat dalam memahami pengertian *public relations*, sehingga diperlukan definisi yang memberikan gambaran secara jelas kepada masyarakat agar mudah dalam memahami pengertian *public relations*.

Public relations merupakan bagian dari kegiatan komunikasi yang terjadi antara organisasi dengan publik. Menurut Rachmadi (1996: 7), “*public relations* merupakan salah satu bidang ilmu komunikasi praktis, yaitu penerapan ilmu komunikasi pada suatu organisasi usaha atau perusahaan di dalam melaksanakan fungsi manajemen”. Susatyo Herlambang

(2010: 4) menerjemahkan definisi *public relations* dari Frank

Jefkins yaitu :

Public relations merupakan rangkuman kegiatan komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun keluar, antara organisasi dengan publiknya dalam rangka mencapai tujuan tertentu yang dilaksanakan pada saling pengertian.

Sementara menurut Seidel sebagaimana yang telah diterjemahkan oleh Oemi Abdurrachman (1995: 24) :

Public relations adalah proses kontinu dari usaha-usaha *management* untuk memperoleh *goodwill* dan pengertian dari para langganannya, pegawainya dan publik umumnya; kedalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan.

Lebih lanjut Oemi Abdurrachman (1995: 27) menjelaskan bahwa *public relations* merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan nilai baik (*goodwill*) maupun suatu penghargaan dari masyarakat kepada organisasi yang bersangkutan.

Rex Harlow (Rosady Ruslan, 2012: 16) mengemukakan bahwa *public relations* merupakan sebuah fungsi manajemen, dimana fungsi tersebut mendukung adanya pemeliharaan hubungan antara organisasi dengan publiknya yang menyangkut aktivitas komunikasi dan kerjasama.

Selain itu, *Public relations* menurut *The British Institute of Public relations* yang dikutip oleh Rachmadi (1996: 18) adalah

“upaya yang sungguh-sungguh, terencana, dan berkesinambungan untuk menciptakan dan membina saling pengertian antara organisasi dengan publiknya”.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa *public relations* adalah suatu kegiatan yang dilaksanakan secara terencana untuk menciptakan komunikasi yang baik dengan publik dan pihak-pihak yang terkait untuk menciptakan dan membina saling pengertian antara organisasi dengan publiknya.

b. Fungsi *Public Relations*

Fungsi utama *public relations* adalah menciptakan hubungan yang baik antara organisasi dengan publiknya. Hubungan yang terjalin dengan baik antara organisasi dengan publik merupakan salah satu pendukung kelancaran kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi. Rachmadi (1996: 22) menjelaskan bahwa :

Public relations mempunyai fungsi timbal balik keluar dan kedalam. Keluar ia harus mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran (image) masyarakat yang positif terhadap segala tindakan dan kebijakan organisasi atau lembaganya. Kedalam, ia harus berusaha mengenali, mengidentifikasi hal-hal yang dapat menimbulkan sikap dan gambaran yang negatif (kurang menguntungkan) dalam masyarakat sebelum sesuatu tindakan atau kebijakan itu dijalankan.

Menurut Rhenald Kasali (Rosady Ruslan, 2012: 36) menyatakan bahwa fungsi *public relations* atau manajemen humas adalah sebagai berikut :

Fungsi manajemen humas yang bertujuan menciptakan dan mengembangkan persepsi terbaik bagi suatu lembaga, organisasi, perusahaan atau produknya terhadap segmen masyarakat yang kegiatannya langsung ataupun tidak langsung mempunyai dampak bagi masa depan organisasi, lembaga, perusahaan dan produknya.

Oemi Abdurrachman (1995: 26) menambahkan bahwa “*public relations* pada dasarnya berfungsi untuk menghubungkan publik – publik atau pihak yang berkepentingan di dalam suatu instansi atau perusahaan”.

Sedangkan menurut Onong Uchjana Effendy (Lena Satlita, 2002: 11) merumuskan fungsi *public relations* sebagai berikut :

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi .
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik eksternal maupun internal.
3. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.
4. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

Berdasarkan beberapa pendapat mengenai fungsi *public relations* dapat disimpulkan bahwa fungsi *public relations* adalah menjalin hubungan yang baik dengan publik baik internal maupun eksternal dan pihak-pihak yang terkait, dalam rangka

mengusahakan adanya penilaian positif dari masyarakat kepada organisasi.

c. Tugas *Public Relations*

Tugas utama *public relations* adalah menyampaikan dan memberikan pelayanan informasi serta menciptakan adanya opini positif dari publik, dimana dengan adanya opini yang positif tersebut dapat menguntungkan organisasi. Menurut Rachmadi (1996: 23) tugas *public relations* sehari-hari adalah sebagai berikut:

1. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi/pesan secara lisan, tertulis, atau melalui gambar (*visual*) kepada publik, sehingga publik mempunyai pengertian yang benar tentang hal-hal perusahaan atau lembaga, segenap tujuan serta kegiatan yang dilakukan.
2. Memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum/masyarakat.
3. Mempelajari dan melakukan analisis reaksi publik terhadap kebijakan perusahaan/lembaga, maupun segala macam pendapat (*public acceptance* dan *non acceptance*).
4. Menyelenggarakan hubungan yang baik dengan masyarakat dan media massa untuk memperoleh *public favour*, *public opinion*, dan perubahan sikap

Public relations bertugas memberikan informasi kepada publik baik internal maupun eksternal. Oemi Abdurrachman (1995: 35) menambahkan bahwa tugas seorang *public relations* adalah menyelenggarakan komunikasi yang bersifat persuasif dan informatif. Komunikasi yang bersifat persuasif dan

komunikatif ini dapat dilaksanakan secara tertulis, lisan dan konseling.

Berdasarkan penjelasan mengenai tugas *public relations* dari beberapa ahli di atas dapat disimpulkan bahwa tugas *public relations* adalah menyelenggarakan informasi yang bersifat komunikatif dan persuasif kepada publik, serta bertanggung jawab penuh atas informasi yang diberikan kepada publiknya tersebut sebagai bahan untuk mengetahui adanya reaksi publik terhadap organisasi.

d. Tujuan *Public Relations*

Public relations dalam melaksanakan tugasnya berpedoman pada tujuan yang ingin dicapai oleh organisasi yang diwakilinya. Tujuan utama *public relations* tidak lain adalah membentuk citra yang baik bagi organisasi. Menurut Frida Kusumastuti (2002: 20), tujuan dari *public relations* yaitu :

- 1) Memelihara dan membentuk adanya saling pengertian (Aspek Kognisi)

Tujuan *public relations* dalam hal ini adalah menjadi jembatan bagi organisasi dengan publik agar saling mengenal, sehingga akan timbul saling pengertian untuk lebih mengenal kebutuhan, kepentingan, harapan, maupun budaya masing-masing.

2) Menjaga dan membentuk saling percaya (Aspek Afeksi)

Tujuan *public relations* dalam hal ini adalah menciptakan rasa saling percaya (*mutual confidence*) antara organisasi kepada publik maupun publik kepada organisasi dengan melaksanakan komunikasi persuasif.

3) Memelihara dan menciptakan kerjasama (Aspek Psikomotorik)

Tujuan *public relations* dalam hal ini adalah menjalin serta memelihara kerjasama yang baik dan saling menguntungkan dengan menciptakan komunikasi dua arah (*two ways communications*)

Sedangkan tujuan *public relations* menurut Oemi Abdurrachman (1995: 34) ialah “mengembangkan *good will* dan memperoleh opini publik yang *favorable* atau menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan publik”.

Berdasarkan beberapa pemaparan mengenai tujuan *public relations* di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan *public relations* adalah menciptakan saling pengertian, saling percaya serta memelihara hubungan kerjasama antara organisasi dengan publik untuk membentuk suatu citra/*image* yang *favourable* terhadap organisasi.

e. Pengertian Publik dalam *Public Relations*

Pelaksanaan *public relations* tidak terlepas dari adanya peran publik. Kata publik berarti orang banyak, publik dalam *public relations* merupakan khalayak atau sasaran dari kegiatan *public relations*. Menurut Lena Satlita (2002: 20) “Publik (khalayak) adalah kelompok atau orang-orang yang berkomunikasi dengan suatu organisasi, baik secara internal maupun eksternal”.

Publik dalam *public relations* adalah suatu kelompok yang harus diperhatikan, karena publik memiliki peran dalam mencapai keberhasilan suatu organisasi. Rachmadi (1996: 13) menjelaskan bahwa di dalam kegiatan *public relations* ada dua macam publik atau khalayak yang menjadi tujuan, yaitu :

1) Publik Intern

Publik intern merupakan kelompok atau orang-orang yang menjadi bagian dan bekerja di dalam lingkup organisasi.

2) Publik Ekstern

Publik ekstern merupakan kelompok atau orang-orang yang berada di luar organisasi.

Onong Uchjana Effendy (1989 : 132) mengartikan publik dengan melihat dari dua segi, yaitu :

Secara geografis publik dapat diartikan sebagai sejumlah orang yang berkumpul bersama-sama di suatu tempat tertentu. Maka terjadilah pembagian publik menjadi publik nasional, regional, dan lokal. Secara psikologis publik

menjadi orang-orang yang sama-sama menaruh perhatian terhadap suatu kepentingan yang sama tanpa ada sangkut pautnya terhadap tempat dimana mereka berada.

Sedangkan menurut *Interstudy School of Public relations* (Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, 2008: 16) menyebutkan tujuh macam publik dalam ruang lingkup masing-masing yang dilihat dari kepentingannya, diantaranya yaitu :

- 1) Masyarakat di sekitarnya
- 2) Karyawan perusahaan
- 3) Pers, Radio, Televisi
- 4) Konsumen dan pemasok
- 5) Investor
- 6) Distributor
- 7) Pemuka pendapat (*Opini Leader*)

Berdasarkan beberapa uraian di atas dapat disimpulkan bahwa publik merupakan kelompok atau orang – orang yang berada di lingkup internal maupun eksternal dan memiliki pengaruh dalam keberhasilan suatu organisasi serta menjadi sasaran dari kegiatan *public relations*.

f. Peran *Public Relations*

Keberadaan *public relations* diharapkan dapat menjadi wakil atau duta bagi suatu organisasi atau instansi. Ruang lingkup tugas yang dilaksanakan *public relations* mencakup menjalin komunikasi dua arah (*two ways communications*) dengan publik baik internal maupun eksternal. Jadi *public*

relations memiliki peran yang bersifat dua arah yang berorientasi ke dalam organisasi serta ke luar organisasi.

Rosady Ruslan (2012: 26 – 27) menjelaskan peran *public relations* adalah sebagai berikut :

- 1) *Communicator*, artinya *public relations* berperan sebagai penghubung dalam proses komunikasi dua arah (*two way communications*) antara organisasi dengan publik atau pihak-pihak yang berkepentingan. Proses komunikasi yang berlangsung bisa dalam bentuk penyampaian pesan dan menciptakan adanya opini publik.
- 2) *Relationship*, artinya *public relations* berperan membangun dan membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan antara lembaga yang diwakilinya dengan publik internal maupun eksternalnya.
- 3) *Back up Management*, artinya fungsi *public relations* yang melekat pada fungsi manajemen, dimana dalam aktivitasnya ditunjukkan dengan proses penemuan fakta (*fact finding*), perencanaan (*planning*), pengkomunikasian (*communication*) dan pengevaluasian (*evaluation*).
- 4) *Good Image Maker*, artinya *public relations* berperan dalam membangun dan menciptakan citra positif organisasi atau produk yang diwakilinya.

Frida Kusumastuti (2002: 24) menambahkan peranan humas atau *public relations* sebagai berikut :

- 1) *Expert Preciber Communication*, artinya *public relations* berperan sebagai seorang yang ahli sehingga *public relations* dapat memberikan masukan berupa gagasan atau pikiran kepada pimpinan organisasi atau instansi.
- 2) *Problem Solving Process Facilitator*, artinya *public relations* memiliki peranan sebagai fasilitator dalam proses pemecahan masalah yang dihadapi oleh organisasi atau instansi.
- 3) *Communication Facilitator*, artinya *public relations* memiliki peranan sebagai penengah dalam proses komunikasi antara organisasi atau instansi dengan publiknya, baik publik interal maupun publik eksternal.
- 4) *Technician Communication*, artinya *public relations* berperan sebagai pelaksana dan penyedia layanan teknis pada proses komunikasi yang terjadi antara organisasi atau instansi dengan publiknya.

Secara garis besar peranan *public relations* mencakup bidang yang luas serta berbagai pihak, sehingga tidak hanya menciptakan suatu hubungan (*relations*) dengan publik maupun pihak yang berkepentingan. Akan tetapi peranan *public relations* juga menyangkut bagaimana menciptakan pengertian dan

pemahaman aktivitas organisasi melalui komunikasi, menunjang kegiatan manajemen serta membangun dan menciptakan citra positif organisasi (*good image marker*).

g. Sasaran *Public Relations*

Kegiatan yang dilaksanakan *public relations* haruslah memiliki sasaran yang tepat, sehingga kegiatan tersebut memiliki kebermanfaatan dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai organisasi maupun instansi. Adapun sasaran *public relations* menurut Frida Kusumastuti (2002: 17) adalah :

- 1) Publik internal adalah orang-orang yang bekerja dalam organisasi atau instansi, dimana memiliki kesamaan karakteristik dalam pencapaian tujuan. Tujuan tersebut diantaranya berupa kesejahteraan, promosi jabatan, dan pemberian penghargaan atas prestasi kerja. Dalam instansi pemerintahan yang menjadi publik intern adalah pegawai atau karyawan pada instansi tersebut serta pejabat pengambil keputusan.
- 2) Publik ekstern adalah orang-orang yang berada di luar organisasi atau instansi yang harus diberi penerangan atau informasi demi tumbuhnya penilaian yang baik dari mereka, serta diharapkan dapat bekerjasama dalam pencapaian tujuan organisasi atau instansi. Dalam instansi pemerintahan

yang menjadi publik ekstern adalah rakyat atau masyarakat secara keseluruhan.

Pelaksanaan kegiatan *public relations* khususnya dalam hal penyebaran suatu pesan tidak ditujukan kepada semua orang seperti penyebaran iklan. Unsur tertentu dalam menyebarkan pesan sengaja dipilih agar pesan yang disampaikan oleh *public relations* dapat diterima secara efektif dan tepat sasaran.

Menurut Frank Jefkins (Lena Satlita, 2002: 21) menjelaskan ada beberapa alasan pokok suatu lembaga harus dapat mengenali atau menetapkan khalayaknya, yaitu :

- 1) Untuk mengidentifikasi segmen khalayak atau kelompok yang paling tepat untuk dijadikan sasaran suatu program *public relations*.
- 2) Untuk menciptakan skala prioritas, sehubungan dengan adanya keterbatasan anggaran dan sumber-sumber daya lainnya.
- 3) Untuk memilih media dan teknik *public relations* yang paling sesuai.
- 4) Untuk mempersiapkan pesan-pesan sedemikian rupa agar cepat dan mudah diterima.

h. Media *Public Relations*

Media merupakan sarana sebagai penyalur informasi. *Public relations* yang ada pada suatu organisasi maupun instansi dalam menjalankan aktivitasnya tidak lepas dari media yang digunakan sebagai sarana untuk mencapai sasaran serta tujuan. Penggunaan media *public relations* tergantung dari lingkup besar kecilnya suatu perusahaan atau instansi.

Maria Assumta (2001: 109) mendefinisikan media *public relations* adalah “berbagai macam sarana penghubung yang dipergunakan seorang *public relations* (wakil organisasi) dengan publiknya, yaitu publik internal maupun publik eksternal untuk membantu pencapaian tujuannya”. Lebih lanjut Rachmadi (1996: 87) menambahkan media yang digunakan oleh *public relations* yaitu media berita, media siaran dan media komunikasi tatap muka.

1) Media berita (*news media*)

Media berita merupakan media yang digunakan untuk menyebarkan informasi dalam bentuk cetak, seperti surat kabar dan majalah.

2) Media siaran (*broadcast media*)

Media siaran merupakan media yang digunakan untuk menyebarkan informasi dalam bentuk suara atau gambar bergerak, seperti radio dan televisi.

3) Media komunikasi tatap muka

Media komunikasi tatap muka merupakan sarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi secara langsung (*face to face*), seperti pidato dan ceramah.

Sedangkan Lena Satlita (2002: 58) menyebut dan menjelaskan bahwa media *public relations* yang digunakan oleh praktisi *public relations* untuk menyampaikan pesan kepada

publiknya sekaligus dapat meningkatkan citra diantaranya adalah :

- 1) *House Jurnal*
Media internal yang dipergunakan oleh praktisi *public relations* untuk keperluan publikasi atau sebagai sarana komunikasi yang ditujukan pada kalangan terbatas; seperti karyawan, relasi bisnis, nasabah atau konsumen. Biasanya berbentuk : *News Letter, Magazine, Tabloid, Bulletin, Company Profile, Annual Report, Prospektus*, dan lain sebagainya.
- 2) *Printed Material*
Barang cetakan untuk tujuan publikasi PR dalam upaya penyampaian pesan-pesannya yang berbentuk: *brochure, leaflet, booklet*, kop surat, kartu nama, kalender, dan lain sebagainya.
- 3) *Media Pertemuan*
Media pertemuan secara langsung dengan para audiencenya melalui tatap muka, misalnya presentasi, diskusi panel, seminar, pameran dan lain sebagainya.
- 4) *Broadcasting Media*
Publiksi PR yang disiarkan melalui stasiun TV dan Radio baik milik pemerintah dan swasta (komersial)

Media yang digunakan *public relations* untuk mencapai sasaran serta tujuan sangatlah beragam, sehingga praktisi *public relations* dituntut untuk memilih media yang sesuai dan dapat menjangkau publik (khalayak) serta pihak-pihak yang berkepentingan.

Berdasarkan beberapa pendapat mengenai media *public relations* diatas dapat disimpulkan bahwa media *public relations* merupakan sarana yang digunakan untuk mencapai sasaran serta tujuan yang hendak dicapai dimana media *public relations*

tersebut berupa sarana komunikasi langsung maupun tidak langsung.

i. Proses *Public Relations*

Keberhasilan suatu kegiatan yang dilaksanakan tidak lepas dari adanya suatu proses yang terlaksana secara sistematis dan terus menerus dilakukan. Proses kegiatan *public relations* menurut Cultip dan Center (Lena Satlita, 2011: 65) adalah sebagai berikut :

- 1) Penemuan Fakta (*Fact Finding*), pada tahap ini, akan menetapkan suatu fakta dan informasi yang berkaitan langsung dengan kepentingan organisasi. Penemuan fakta dilakukan untuk mengetahui apakah opini, sikap dan reaksi (situasi dan pendapat) dalam masyarakat menunjang atau justru menghambat organisasi atau perusahaan.
- 2) Perencanaan (*Planning*), merupakan bagian penting di dalam usaha memperoleh *public opinion* yang menguntungkan. Perencanaan merupakan tahap yang cukup penting, karena menghubungkan kegiatan komunikasi dengan kepentingan organisasi/perusahaan. Dalam tahap ini merupakan kelanjutan dari tahap *fact finding* – atas dasar hasil penelitiannya, seorang petugas *public relations* merencanakan bagaimana sebaiknya – dengan memperhatikan faktor-faktor psikologis, sosial, keadaan sosial, ekonomi politik – pesan dari komunikator dirumuskan agar dapat mencapai tujuannya.
- 3) Komunikasi (*Communication*), tahap komunikasi tidak lepas dari perencanaan tentang bagaimana mengkomunikasikan dan apa yang dikomunikasikan sehingga menimbulkan kesan-kesan yang secara efektif mempengaruhi pihak-pihak yang dianggap penting dan berpotensi dalam upaya memberikan dukungan sepenuhnya. Bagaimana mengkomunikasikan sesuatu dan apa yang dikomunikasikan, sebenarnya tidak terlepas dari tujuan yang hendak dicapai melalui kegiatan *public relations*. Kegiatan komunikasi bisa berbentuk lisan, tertulis, visual atau dengan menggunakan lambang-lambang tertentu.

- 4) Evaluasi (*Evaluation*), Setelah komunikasi dilaksanakan, maka suatu organisasi atau perusahaan tentu ingin mengetahui dampak atau pengaruhnya terhadap publik atau khalayak. Pada tahap ini, *public relations* mengadakan penilaian terhadap hasil-hasil dari program-program kerja atau aktivitas PR lainnya yang telah dilaksanakan, serta keefektifitasan dari teknik-teknik manajemen, dan komunikasi yang telah dipergunakan.

Proses *public relations* merupakan suatu proses yang dilaksanakan berdasarkan analisis fakta dan bukan sekedar asumsi. Untuk memperoleh fakta dalam proses *public relations* selalu dimulai dan diakhiri dengan penelitian. Hasil penelitian merupakan bahan yang dapat digunakan sebagai evaluasi. Menurut Rhenald Kasali (2003: 89) penelitian yang terdapat dalam proses *public relations* diantaranya adalah :

- 1) Penelitian Informal

Penelitian informal merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan fakta yang didapat secara langsung dari lapangan.

- 2) Penelitian Sekunder

Penelitian sekunder merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data yang sudah diolah oleh pihak lain, sehingga data yang diperoleh oleh peneliti merupakan data yang sudah didapat dari hasil penelitian sebelumnya.

3) Penelitian Formal

Penelitian formal biasanya dilakukan dengan melibatkan pihak jasa penelitian hal tersebut dikarenakan penelitian formal menggunakan jumlah sampel yang lebih besar dan dapat berupa wawancara mendalam (*in-depth-interview*)

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa proses *public relations* sangat erat kaitannya dengan adanya suatu penelitian. Sehingga pada proses pelaksanaannya dilakukan secara sistematis dan berkesinambungan untuk memperoleh hasil yang digunakan sebagai bahan evaluasi.

j. Kegiatan *Public Relations*

Dalam usaha pencapaian tujuan organisasi atau instansi diperlukan adanya kegiatan yang mendukung pelaksanaan *public relations*. Menurut Dasrun Hidayat (2004: 18) “tujuan dari kegiatan *public relations* adalah untuk membangun dan mempertahankan reputasi dimata orang lain”. Publik sebagai khalayak dalam *public relations* sangatlah kompleks, sehingga pelaksanaan kegiatan *public relations* perlu dilaksanakan secara sistematis.

Onong Uchjana Effendi (1998 : 97 – 106) menambahkan bahwa sistematika kegiatan humas (*public relations*) berlangsung melalui tahap-tahap penelitian diantaranya yaitu :

1) Penelitian

Kegiatan penelitian adalah tahap awal dalam sistematika kegiatan humas (*public relations*). Penelitian ini meliputi kegiatan pengumpulan data (*data collecting*) dan pengkajian data (*fact finding*). Pengumpulan data dan pengkajian data digunakan untuk memperoleh data faktual.

2) Perencanaan

Pada tahap perencanaan merupakan tahap untuk mengolah data faktual, humas (*public relations*) harus terlebih dahulu menginventarisasi masalah untuk selanjutnya menghubungkan pada aspek yang satu dengan aspek yang lain. Sehingga dalam pelaksanaannya nanti masalah yang menghambat tujuan dapat diatasi. Pada tahap ini rencana yang disusun harus benar-benar berlandaskan pada fakta bukan berdasarkan keinginan dari humas (*public relations*).

3) Penggiatan

Pada tahap kegiatan ini adalah pelaksanaan secara aktif rencana yang sudah disusun pada kegiatan perencanaan. Dalam tahap penggiatan ini diperlukan adanya mekanisme

kerja yang baik sehingga koordinasi dan sinkronisasi pada saat pelaksanaan rencana dapat terwujud.

4) Penilaian

Tahap terakhir dari kegiatan *public relations* adalah penilaian atau evaluasi. Penilaian ini bertujuan agar dikemudian hari apabila kegiatan yang sama dilakukan tidak lagi dijumpai hambatan-hambatan yang sama. Pada tahap penilaian dapat diketahui apakah rencana yang diperoleh dan ditunjang dari hasil penelitian dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya atau tidak.

Berdasarkan pendapat mengenai kegiatan *public relations* diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan *public relations* merupakan suatu bentuk adanya eksistensi suatu organisasi. Untuk melaksanakan kegiatan *public relations* yang dapat menjangkau seluruh khalayak perlu dilaksanakan secara sistematis sesuai dengan tahapan-tahapan pelaksanaan kegiatan *public relations*.

2. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan kegiatan yang sangat dominan dalam kehidupan sehari-hari dan dimanapun berada. Kegiatan komunikasi berperan penting dalam menjalin suatu hubungan kerjasama yang baik, dengan adanya komunikasi

seseorang akan mendapatkan berbagai macam informasi. Akan tetapi hakekat komunikasi tidak hanya menyampaikan pesan atau informasi saja, melainkan juga menginterpretasikan makna dari pesan atau informasi yang sudah diterima.

Suranto A.W (2010: 4) menjelaskan bahwa “komunikasi ialah proses penyampaian atau informasi yang mengandung arti, dari pengirim (komunikator) keada penerima (komunikan) untuk mencapai tujuan tertentu”.

Sedangkan F. Rachmadi (1996: 62) mendefinisikan komunikasi yaitu “suatu proses dimana penyampaian atau pengiriman pesan dari sumber kepada satu atau lebih penerima dengan maksud untuk mengubah perilaku dan sikap penerima pesan”.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan/informasi dari komunikator kepada komunikan baik secara langsung atau menggunakan media komunikasi dengan tujuan untuk memperoleh respon dan mewujudkan saling pengertian.

b. Unsur Komunikasi

Proses komunikasi merupakan suatu proses yang dibentuk dari adanya unsur-unsur komunikasi. Unsur-unsur tersebut merupakan satu kesatuan yang saling melengkapi. Unsur-unsur komunikasi menurut Suranto A.W (2010: 5) adalah sebagai berikut:

- 1) Komunikator atau sumber informasi (*source*)
Komunikator adalah individu atau orang yang mengirim pesan kepada komunikan. Komunikator mengirimkan pesan dan selanjutnya mengirimkannya dengan saluran tertentu kepada orang atau pihak lain.
- 2) Pesan atau informasi
Pesan atau informasi merupakan komponen yang menjadi isi komunikasi. Pesan dapat berupa pesan verbal maupun non-verbal
- 3) Media
Media adalah suatu sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari seorang komuniktor kepada komunikan.
- 4) Komunikan atau penerima pesan
Komunikan atau penerima pesan adalah pihak yang menerima pesan. Seorang komunikan tugasnya tidak hanya sekedar menerima pesan, melainkan juga menganalisis dan menafsirkan pesan sehingga dapat memahami makna pesan tersebut.
- 5) Umpan balik (*feed back*)
Umpan balik atau feed back merupakan respon atau tanggapan seorang komunikan setelah mendapatkan pesan. Umpan balik atau feed back bisa juga dikatakan sebagai reaksi yang timbul.
- 6) Gangguan atau *noise*
Gangguan merupakan suatu hambatan yang terjadi dalam proses penyampaian informasi. Gangguan tersebut seringkali terjadi, baik gangguan yang bersifat teknis atau semantis.

Sedangkan Suharsimi Arikunto (2008: 354) menjelaskan mengenai komponen/unsur komunikasi sebagai berikut :

- 1) Sumber (*source*) atau sumber berita
Sumber berita adalah tempat yang menunjuk pada asal diperolehnya suatu gagasan atau ide. Sumber berita itu harus jelas, lengkap dan mudah dipahami.
- 2) Pengirim Berita
Pengirim pesan atau ide disebut sebagai komunikator atau *coder*. Berita yang disampaikan kepada orang lain dapat bertambah tidak jelas disebabkan karena pengirim beritanya.
- 3) Berita atau pesan isyarat (*Message*)
Berita yang disampaikan biasanya berbentuk simbol-simbol yang mengandung arti.
- 4) Media atau sarana penyampaian berita
Yaitu benda yang digunakan untuk menyampaikan berita.
- 5) Penerima berita atau komunikan
Penerima berita yaitu orang yang diberi berita atau orang yang dijadikan sebagai sasaran untuk dipengaruhi oleh pengirim berita.
- 6) Tujuan komunikasi
Seseorang yang mengirim berita tentu mempunyai tujuan untuk mempengaruhi penerima pesan atau berita tersebut.

Berdasarkan beberapa pendapat mengenai unsur-unsur komunikasi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa, dalam setiap proses komunikasi pasti terdapat unsur-unsur tersebut yang menyertai. Akan tetapi unsur-unsur tersebut tidak mutlak semua harus muncul dalam proses komunikasi. Proses komunikasi minimal melibatkan tiga unsur atau komponen yaitu komunikator, pesan dan komunikan.

B. Hasil Penelitian yang Relevan

Beberapa hasil penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini adalah :

1. Septi Wuri Handayani (2009) dengan judul, “Pelaksanaan Fungsi *Public relations* dalam Rangka Membangun Citra Positif Rumah Sakit Islam Yogyakarta PDHI”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa:
 - a. Pelaksanaan fungsi *public relations* dalam rangka membangun citra positif Rumah Sakit Islam Yogyakarta PDHI meliputi pelaksanaan fungsi *public relations* sebagai komunikator atau penghubung antara rumah sakit dengan publiknya.
 - b. Kegiatan yang diselenggarakan dalam rangka pelaksanaan fungsi *public relations* untuk membangun citra positif rumah sakit antara lain pengajian rutin karyawan, pelatihan-pelatihan bagi karyawan dan staf, rapat koordinasi, pengelolaan media *public relations*, *factory visit* dan outbond karyawan, RSIY Peduli, sunatan massal, peringatan hari besar islam dan buka puasa bersama.
 - c. Sasaran khalayak dari kegiatan *public relations* di Rumah Sakit Islam Yogyakarta PDHI adalah pihak internal dan pihak eksternal rumah sakit. Pihak internal rumah sakit yaitu seluruh pimpinan, karyawan dan staf baik tenaga medis maupun non medis, sedangkan pihak eksternal rumah sakit yaitu seluruh

pasien / pengunjung, masyarakat luas, lembaga-lembaga atau institusi pemerintahan dan pendidikan.

- d. Untuk menunjang aktivitas-aktivitas penyampaian pesan dari rumah sakit kepada khalayaknya menggunakan media komunikasi seperti website, brosur dan leaflet, harian lokal, bulletin, papan informasi, dan papan-papan reklame.
 - e. Faktor pendukung pelaksanaan fungsi *public relations* di Rumah Sakit Islam Yogyakarta PDHI adalah karena adanya dukungan dan kerjasama dari seluruh komunitas rumah sakit, sedangkan faktor utama yang menghambat pelaksanaan fungsi *public relations* dalam rangka membangun citra positif adalah karena terbatasnya sumber daya manusia dan anggaran dana untuk pelaksanaan kegiatan.
2. Lukman Prasetyo (2013) dengan judul “Pelaksanaan *Public relations* dalam Rangka Meningkatkan Citra Pariwisata di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magelang “. Hasil penelitian menunjukkan bahwa :
- a. Pelaksanaan *public relations* di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magelang ditentukan berdasarkan pemetaan masalah dengan melihat kekuatan potensi wisata yang dapat dikembangkan dengan analisa SWOT. Analisa SWOT dikembangkan dengan memperhatikan beberapa hal diantaranya: visi, misi, lingkungan, atau arah tujuan dan sasaran

dari suatu pola yang menjadi dasar budaya. Sehingga pelaksanaannya dapat berjalan dengan lancar serta dapat meningkatkan citra pariwisata.

b. Kegiatan *public relations* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magelang yang telah berjalan dengan baik diantaranya adalah :

- 1). Memperbaiki image Kabupaten Magelang.
- 2). Sosialisasi obyek dan daya tarik wisata ke berbagai Kota di Indonesia.
- 3). Melakukan kerjasama dengan pihak terkait seperti media massa baik cetak maupun elektronik.

c. Pelaksanaan *public relations* di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magelang berjalan dengan baik, walaupun pada pelaksanaannya lebih ditekankan pada publik eksternal akan tetapi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magelang tetap melibatkan karyawan dalam kegiatan *public relations*.

d. Faktor-faktor yang mendukung pelaksanaan *public relations* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magelang diantaranya adalah :

- 1). Adanya dukungan kerjasama yang baik antara pegawai Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magelang dalam memberikan pelayanan kepada publiknya.

- 2). Adanya kerjasama yang baik antara Dinas pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magelang dengan para pelaku wisata dan instansi terkait.
- e. Faktor-faktor yang menghambat pelaksanaan *public relations* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magelang meliputi :
- 1). Keterbatasan Sumber Daya Manusia yang Kompeten di bidang *public relations* yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Magelang.
 - 2). Minimnya alokasi dana yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata dalam pengadaan sarana dan prasarana penunjang wisata.
 - 3). Kurangnya kesadaran sebagian publik untuk menyampaikan saran dan pendapat kepada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magelang untuk mengembangkan dan memajukan pariwisata di Magelang.

C. Kerangka Pikir

Setiap organisasi atau instansi tentunya memiliki penilaian yang positif maupun negatif yang datang dari masyarakat selaku pihak eksternal. Anggapan positif dari masyarakat dapat dibentuk apabila organisasi atau instansi dapat memberikan kontribusi dalam hal pelayanan atas jasa, serta dapat memberikan kebermanfaatannya yang nyata bagi masyarakat.

Sebagai instansi yang bergerak di bidang pemerintahan Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan (POPK) Kabupaten Sukoharjo tentunya harus bisa melaksanakan fungsi *public relations* keluar dan ke dalam, keluar artinya dapat menciptakan hubungan yang baik antara instansi dengan publik eksternalnya. Sedangkan ke dalam artinya menciptakan hubungan yang baik dengan publik internalnya.

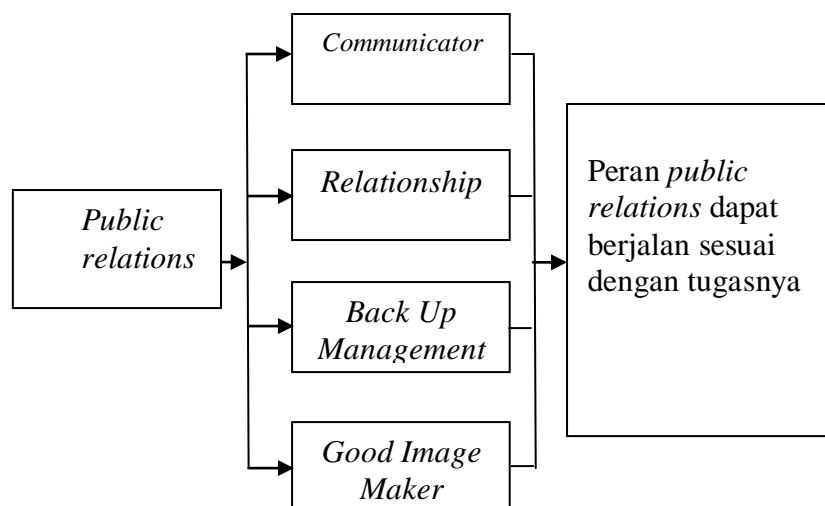
Public relations hendaknya juga bisa melaksanakan beberapa perannya seperti *public relations* sebagai *communicator* yaitu melaksanakan fungsi komunikasi sebagai penyampai informasi, selain itu komunikasi diwujudkan dengan penyampaian pesan dan membentuk opini positif publik. *Public relations* sebagai *relationship* atau pembina hubungan antara lembaga yang diwakilinya dengan publik baik internal maupun eksternal.

Public relations sebagai *back up management* yaitu *public relations* memiliki peran yang melekat pada fungsi manajemen,

yang dalam aktivitasnya dikenal dengan proses penemuan fakta (*fact finding*), perencanaan (*planning*), pengkomunikasian (*communicating*), dan pengevaluasian (*evaluating*). Sedangkan yang terakhir adalah *public relations* sebagai *good image maker* yaitu *public relations* sebagai pembentuk citra positif lembaga/instansi yang diwakilinya.

Peran *public relations* dalam suatu instansi sangat diperlukan, agar suatu instansi memperoleh kepercayaan serta dukungan dari publik. Apabila peran *public relations* dilaksanakan secara baik, maka peran *public relations* dapat berjalan sesuai dengan tugas-tugasnya. Sehingga hal tersebut dapat mendukung tercapainya tujuan akhir suatu instansi secara optimal.

Adapun penjelasan kerangka fikir di atas dapat digambarkan dalam skema sebagai berikut :



Gambar 1. Skema Kerangka Pikir

D. Pertanyaan Penelitian

Untuk memperoleh data yang akurat serta mempermudah analisa data, peneliti menyusun beberapa pertanyaan yaitu :

1. Bagaimana peran *public relations* sebagai *communicator*, *relationship*, *back up management*, dan *good image maker* di Kantor Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo ?
2. Apa saja media yang digunakan untuk mendukung *public relations* dalam melaksanakan perannya?
3. Apakah faktor pendukung dalam melaksanakan peran *public relations* di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo?
4. Apakah faktor penghambat dalam melaksanakan peran *public relations* di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo?
5. Upaya apakah yang digunakan untuk mengatasi faktor-faktor penghambat dalam melaksanakan peran *public relations* di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo ?

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif karena bermaksud untuk mengungkapkan peran *public relations* di Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data yang berupa gambar, kata-kata, dan bukan merupakan data yang berupa angka.

Penelitian ini dipilih karena peneliti hanya bermaksud menyajikan data secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan pemaknaan fenomena yang ada di lapangan. Dengan menggunakan desain penelitian deskriptif, maka peneliti bermaksud untuk mengungkapkan fakta dan memperoleh data serta informasi mengenai peran *public relations* di Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo, kemudian data atau informasi yang diperoleh dideskripsikan sesuai dengan kenyataan yang ada di lapangan dan disajikan dalam bentuk kata-kata atau kalimat kemudian ditarik suatu kesimpulan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo, yang beralamatkan di Jalan Veteran No. 9 Sukoharjo. Adapun waktu pelaksanaan penelitian pada bulan Juni 2015 sampai dengan September 2015.

C. Definisi Operasional

Public relations adalah suatu kegiatan yang dilaksanakan secara terencana untuk menciptakan komunikasi yang baik dengan publiknya baik secara langsung maupun tidak langsung. Sehingga tercipta saling pengertian serta penilaian baik (*good will*) dari publik. Pelaksanaan *public relations* tidak terlepas dari adanya peran yang mendukung dalam keberhasilan. Peran tersebut yaitu *public relations* sebagai *communicator, relationship, back up management dan good image maker*.

D. Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah orang yang dapat memberikan informasi mengenai latar belakang dan keadaan yang sebenarnya dari objek penelitian sehingga dapat diperoleh informasi sebanyak-banyaknya dan menghasilkan data yang akurat. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan penelitian yang didasarkan pada pertimbangan tertentu yang

ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian. Adapun kriteria yang digunakan untuk menetapkan subjek penelitian adalah pihak yang memiliki kewenangan dalam memberikan informasi yang relevan.

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 3 subjek. Adapun subjek-subjek dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1 berikut :

Tabel 1. Daftar Subjek Penelitian

No	Subjek Penelitian	Jumlah
1.	Kepala Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo	1
2.	Kesekretariatan	1
3.	Kepala Bidang Pariwisata	1
	Jumlah	3

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan beberapa teknik untuk memperoleh data yang lengkap. Teknik-teknik yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi digunakan untuk memperoleh keterangan dengan cara mengadakan pengamatan dan pencatatan sistematis secara langsung pada obyek penelitian. Observasi dalam penelitian ini merupakan observasi non partisipan karena peneliti hanya mengamati dan tidak terlibat secara langsung dalam aktivitas yang ada pada instansi. Pada observasi ini peneliti melakukan pengamatan mengenai media, kegiatan, lingkungan serta sarana

prasarana di Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata, dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo.

2. Wawancara

Dalam penelitian ini, teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur dilakukan dengan terlebih dahulu menyiapkan pedoman wawancara yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang akan dijawab oleh informan. Pertanyaan-pertanyaan tersebut berisi pertanyaan mengenai peran *public relations* sebagai *communicator*, *relationship*, *back up management*, dan *good image maker*, faktor pendukung dalam melaksanakan peran *public relations*, faktor penghambat dalam melaksanakan peran *public relation*, serta upaya dalam menangani faktor penghambat dalam melaksanakan peran *public relations* di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data untuk dipelajari dan ditelaah. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang berhubungan dengan sejarah organisasi, struktur organisasi, serta jumlah karyawan dan jabatannya.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pedoman observasi, pedoman wawancara dan pedoman dokumentasi.

1. Pedoman Observasi

Pedoman observasi berisi tentang pedoman bagi peneliti yang dibutuhkan saat melakukan pengamatan mengenai kondisi fisik serta sarana dan prasarana yang ada di Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo.

Adapun rincian kisi-kisi pedoman observasi dapat dilihat pada tabel 2 berikut :

Tabel 2. Kisi-kisi Pedoman Observasi

No.	Hal yang Diamati	Hasil Pengamatan
1.	Kondisi fisik Kantor Dinas POPK : a. Bangunan b. Fasilitas	
2.	Media komunikasi <i>public relations</i> (Humas)	
3.	Sarana dan Prasarana	
4.	Fasilitas pendukung kinerja <i>public relations</i> (Humas)	

2. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara adalah pedoman yang digunakan untuk mengungkap data tentang peran *public relations* di Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo. Pedoman wawancara berisi butir-butir pertanyaan yang diberikan kepada informan penelitian untuk dijawab sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Adapun rincian kisi-kisi wawancara dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3 berikut :

Tabel 3. Kisi-kisi Pedoman Wawancara

Aspek	Indikator
Peran <i>Public Relations</i>	a. Kondisi Internal : - Kedudukan, Tugas dan Fungsi <i>Public Relations</i> (Humas)
	b. Peran <i>Public Relations</i> : - Sebagai <i>Communicator</i> - Sebagai <i>Relationship</i> - Sebagai <i>Back up management</i> - Sebagai <i>Good Image Maker</i>
	c. Media komunikasi pendukung
	d. Faktor pendukung dalam melaksanakan peran <i>public relations</i>
	e. Faktor penghambat dalam melaksanakan peran <i>public relations</i>
	f. Upaya yang dilakukan untuk mengatasi faktor-faktor

	penghambat.
--	-------------

3. Pedoman Dokumentasi

Pedoman dokumentasi digunakan untuk melengkapi data-data yang tidak diperoleh dari hasil wawancara maupun observasi. Adapun kisi-kisi pedoman dokumentasi dapat dilihat pada tabel 4 berikut :

Tabel 4. Kisi-kisi Pedoman Dokumentasi

No.	Aspek
1.	Struktur Organisasi
2.	Visi Misi dan Tujuan
3.	Media <i>Public Relations</i>

G. Teknik Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman sebagaimana yang dijelaskan oleh Sugiyono (2013 : 246 – 253), tahap analisis data terdiri dari :

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses mengubah data-data kasar yang diperoleh dari lapangan menjadi data-data yang penting dan diperlukan dalam penelitian. Proses reduksi data yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok dan memfokuskan pada hal-hal yang penting. Data yang dihasilkan dari wawancara, observasi dan dokumentasi merupakan data yang belum tersusun dengan baik,

sehingga masih diperlukan pemilihan. Data yang sudah diperoleh merupakan data yang terkait dengan peran *public relations* di Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo, kemudian data tersebut disederhanakan dan disajikan dengan memilih data yang relevan dan yang dapat menjawab permasalahan penelitian.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan upaya penyusunan informasi yang diperoleh dari hasil reduksi data kemudian disajikan dalam laporan yang sistematis dan mudah dipahami.

3. Menarik Kesimpulan atau Verifikasi

Tahap analisis data selanjutnya adalah menarik kesimpulan. Menarik kesimpulan dalam penelitian dilakukan dengan melihat hasil reduksi data dan tetap mengacu pada rumusan masalah serta tujuan penelitian yang hendak dicapai. Data yang sudah tersusun kemudian dihubungkan dan dibandingkan antara satu dengan yang lainnya sehingga mudah untuk menarik kesimpulan sebagai jawaban dari setiap perumusan masalah.

Analisis data pada penelitian ini dimulai dari tahap mereduksi data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dengan cara dianalisis dan ditafsirkan. Setelah dilakukan analisis dan penafsiran, kemudian data disajikan dalam sekumpulan informasi yang mudah dipahami maknanya. Selanjutnya peneliti

menghubungkan dan membandingkan antara teori yang sudah ada dengan hasil yang ada di lapangan sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang sedang dibahas terkait peran *public relations* di Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo.

H. Teknik Keabsahan Data

Untuk menentukan keabsahan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode. Teknik ini dilakukan dengan cara membandingkan data dari hasil wawancara antara informan satu dengan informan yang lainnya, serta antara hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Data dikatakan sah apabila terdapat kesesuaian informasi antara subyek penelitian yang satu dengan subyek penelitian yang lain dan kesesuaian informasi antara hasil wawancara, observasi dan dokumentasi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan (POPK) Kabupaten Sukoharjo

a. Sejarah singkat

Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo mulai berdiri pada tanggal 9 Januari 2009. Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Sukoharjo Nomor 3 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah Kabupaten Sukoharjo (Lembaran Daerah Kabupaten Sukoharjo Tahun 2008 Nomor 3, Tambahan Lembaran Daerah Kabupaten Sukoharjo Nomor 157) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Daerah Kabupaten Sukoharjo Nomor 10 Tahun 2011 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kabupaten Sukoharjo Nomor 3 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah Kabupaten Sukoharjo (Lembaran Daerah Kabupaten Sukoharjo Tahun 2011 Nomor 10, Tambahan Lembaran Daerah Kabupaten Sukoharjo Nomor 189) Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo mempunyai tugas pokok melaksanakan urusan pemerintahan daerah berdasarkan asas otonomi dan tugas pembantuan di bidang Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan.

Sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo merupakan pengalihan sebagian urusan pemerintahan dari Dinas Pendidikan yaitu urusan pemerintahan Bidang Kepemudaan, Bidang Keolahragaan dan Bidang Kebudayaan sedangkan untuk urusan pemerintahan di Bidang Pariwisata merupakan pengalihan sebagian tugas dan fungsi dari Dinas Perhubungan, Informasi dan Komunikasi (sebelumnya adalah DLLAJR).

b. Kondisi Fisik

Kantor Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo beralamatkan di Jalan Veteran No.9 Sukoharjo. Letak tersebut sangat strategis berada di tengah Kota dan sangat mudah dijangkau oleh masyarakat. Kantor Dinas POPK memiliki luas tanah 2.000 m² dan luas bangunan 550 m².

c. Visi, Misi dan Tujuan

1) Visi

Terwujudnya kualitas sumber daya manusia yang beriman, taqwa, sehat, berwawasan kebangsaan, berbudaya, cerdas, terampil, berprestasi serta mengembangkan destinasi pariwisata berbasis masyarakat.

2) Misi

- a) Mengembangkan potensi bidang Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan yang bersaing global.
- b) Melestarikan, membina dan mengembangkan peninggalan sejarah dan purbakala, nilai-nilai budaya, seni dan film.
- c) Meningkatkan kualitas SDM bidang Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan.
- d) Membangun citra Kabupaten Sukoharjo di bidang Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan.
- e) Meningkatkan sarana dan prasarana bidang Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan.
- f) Meningkatkan atraksi budaya, obyek dan daya tarik wisata dan pasar wisata.
- g) Meningkatkan pemberdayaan dan pemanfaatan potensi Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan untuk kesejahteraan masyarakat.
- h) Meningkatkan kerjasama bidang Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan antar pelaku, antar sektor dan antar wilayah.
- i) Meningkatkan pemberdayaan dan pemanfaatan potensi Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan untuk Kesejahteraan Masyarakat.

3) Tujuan

- a) Meningkatkan partisipasi pemuda dalam pembangunan dan menumbuhkan budaya olahraga dan prestasi guna meningkatkan kualitas sumber daya manusia.
- b) Meningkatkan peran dan partisipasi kelembagaan atau organisasi olahraga untuk mengembangkan kualitas dan kuantitas pembibitan olahragawan.
- c) Merevitalisasi budaya lokal secara berkelanjutan sehingga mampu mempertahankan jati diri dan nilai-nilai luhur yang dimiliki masyarakat.
- d) Mewujudkan ketahanan budaya untuk mendukung pembangunan pariwisata sehingga terwujud sinergitas antara kebudayaan dan pariwisata.
- e) Meningkatkan keselarasan, keserasian, keseimbangan dan pembangunan pariwisata sehingga terwujud sinergitas antara kebudayaan dan pariwisata.
- f) Meningkatkan upaya pengembangan pariwisata yang berorientasi pada pemberdayaan ekonomi kerakyatan dengan memperluas kesempatan kerja di berbagai sektor pariwisata.
- g) Meningkatkan daya saing pariwisata sebagai destinasi pariwisata

- h) Mengembangkan kualitas SDM menuju profesionalitas kineja di Bidang kepemudaan, olahraga dan pariwisata.
- i) Meningkatkan kemitraan dan partisipasi seluruh elemen pemangku kepentingan (*stakeholder*) kebudayaan dan pariwisata.

d. Susunan Organisasi Kantor Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo

Berdasarkan Peraturan Bupati Sukoharjo Nomor 38 Tahun 2008 yang tertuang dalam Tugas Pokok dan Fungsi (Tupoksi). Dinas POPK Kabupaten sukoharjo memiliki susunan organisasi yang terdiri dari Kepala Dinas, Sekretariat, Bidang Kepemudaan, Bidang Keolahragaan, Bidang Pariwisata dan Bidang Kebudayaan. Masing-masing bagian organisasi memiliki tugas pokok dan fungsi sebagai berikut :

1) Kepala Dinas

Kepala dinas mempunyai tugas pokok melaksanakan urusan pemerintahan daerah dibidang pemuda, olahraga, pariwisata dan kebudayaan. Sedangkan fungsi Kepala Dinas POPK yaitu :

- a) Perumusan kebijakan teknis dibidang pemuda, olahraga, pariwisata, dan kebudayaan.

- b) Penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum dibidang pemuda, olahraga, pariwisata dan kebudayaan.
 - c) Pembinaan dan pelaksanaan tugas dibidang pemuda, olahraga, pariwisata dan kebudayaan.
 - d) Pengoordinasian, fasilitasi, dan pembinaan kegiatan dibidang pemuda, olahraga, pariwisata dan Kebudayaan.
 - e) Pelaksanaan monitoring, evaluasi dan pelaporan kegiatan di bidang pemuda, olahraga, pariwisata dan kebudayaan.
 - f) Pengelolaan tata usaha.
- 2) Sekretaris

Sekretaris mempunyai tugas pokok untuk melaksanakan sebagian tugas Kepala Dinas POPK dalam merumuskan kebijakan, mengoordinasikan, membina dan mengendalikan kegiatan perencanaan, monitoring, evaluasi, keuangan, kepegawaian dan umum. Uraian fungsi Sekretaris adalah sebagai berikut :

- a) Pelaksanaan perencanaan, monitoring, evaluasi dan pelaporan kegiatan Dinas POPK.
 - b) Pengelolaan administrasi keuangan, kepegawaian, umum, sarana prasarana dan rumah tangga.
- 3) Bidang Kepemudaan

Bagian Kepemudaan memiliki tugas pokok melaksanakan sebagian tugas Kepala Dinas POPK dalam merumuskan kebijakan, pengoordinasian, pembinaan dan pengendalian kegiatan di bidang kepemudaan. Uraian tugas Bidang Kepemudaan adalah sebagai berikut :

- a) Menyusun program kegiatan Bidang Kepemudaan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- b) Menjabarkan perintah atasan melalui pengkajian permasalahan agar pelaksanaan tugas sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- c) Membagi tugas kepada bawahan sesuai dengan bidang tugasnya, memberikan arahan dan petunjuk guna meningkatkan kelancaran pelaksanaan tugas.
- d) Melaksanakan koordinasi dengan seluruh Kepala Bidang dan Sekretaris di lingkungan Dinas POPK untuk mendapatkan masukan, informasi serta untuk mengevaluasi permasalahan agar diperoleh hasil kerja yang optimal.
- e) Merumuskan bahan kebijakan dibidang kepemudaan skala kabupaten.
- f) Melaksanakan koordinasi, pembinaan dan pengawasan pelaksanaan kebijakan bidang kepemudaan skala kabupaten.

- g) Mengevaluasi pelaksanaan kegiatan operasional dibidang kepemudaan.
 - h) Melaksanakan monitoring, evaluasi dan penilaian prestasi kerja pelaksanaan tugas bawahan.
 - i) Membuat laporan pelaksanaan tugas kepada pejabat yang berwenang.
 - j) Menyampaikan saran dan pertimbangan kepada atasan sebagai bahan masukan pengambilan kebijakan dibidang kepemudaan guna kelancaran pelaksanaan tugas.
 - k) Melaksanakan tugas kedinasan lain sesuai dengan perintah atasan.
- 4) Bidang Keolahragaan

Bidang Keolahragaan mempunyai tugas pokok melaksanakan sebaigian tugas Kepala Dinas POPK dalam merumuskan kebijakan, pegoordinasian, pembinaan dan pengendalian kegiatan dibidang keolahragaan. Uraian tugas Kepala Bidang Keolahragaan adalah sebagai berikut :

- a) Menyusun program kegiatan Bidang Keolahragaan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- b) Menjabarkan perintah atasan melalui pengkajian permasalahan agar pelaksanaan tugas sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan kebijakakan atasan.

- c) Membagi tugas sesuai dengan bidang tugasnya, memberikan arahan dan petunjuk guna meningkatkan kelancaran pelaksanaan tugas.
- d) Melaksanakan koordinasi dengan seluruh Bidang untuk mendapatkan masukan, informasi serta untuk mengevaluasi permasalahan agar diperoleh hasil kerja yang optimal.
- e) Merumuskan bahan kebijakan bidang keolahragaan skala kabupaten.
- f) Melaksanakan koordinasi, pembinaan dan pengawasan pelaksanaan kebijakan bidang keolahragaan skala kabupaten.
- g) Mengevaluasi pelaksanaan kegiatan operasional di bidang keolahragaan.
- h) Melaksanakan monitoring evaluasi dan penilaian prestasi kerja dalam pelaksanaan tugas.
- i) Membuat laporan pelaksanaan tugas kepada pejabat yang berwenang.
- j) Menyampaikan saran dan pertimbangan kepada atasan sebagai bahan masukan pengembalian kebijakan dibidang keolahragaan guna kelancaran pelaksanaan tugas.

- k) Melaksanakan tugas kedinasan lain sesuai dengan perintah atasan.

5) Bidang Pariwisata

Bidang Pariwisata mempunyai tugas pokok melaksanakan sebagian tugas Kepala Dinas POPK dalam merumuskan kebijakan, pengoordinasian, pembinaan dan pengendalian kegiatan dibidang pariwisata. Uraian tugas Bidang Pariwisata adalah :

- a) Menyusun program kegiatan bidang pariwisata berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- b) Menjabarkan perintah atasan melalui pengkajian permasalahan agar pelaksanaan tugas sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- c) Membagi tugas kepada bawahan sesuai dengan bidang tugasnya, memberikan arahan dan petunjuk guna meningkatkan kelancaran pelaksanaan tugas.
- d) Melaksanakan koordinasi dengan seluruh Bidang di lingkungan Dinas POPK untuk mendapatkan masukan, informasi serta untuk mengevaluasi permasalahan agar diperoleh hasil kerja yang optimal.

- e) Merumuskan kebijakan dibidang kepariwisataan skala kabupaten.
- f) Melaksanakan koordinasi, pembinaan dan pengawasan pelaksanaan kebijakan dibidang kepariwisataan skala Kabupaten.
- g) Memfasilitasi pelaksanaan kebijakan nasional, provinsi dan kabupaten dibidang kepariwisataan.
- h) Melaksanakan promosi dibidang kepariwisataan skala Kabupaten di Provinsi, Nasional dan Internasional.
- i) Mengembangkan kerjasama antar dinas/instansi terkait, antara Kabupaten dan Kecamatan, dan dengan lembaga non pemerintah dan masyarakat dalam rangka mengembangkan kepariwisataan skala Kabupaten.
- j) Mengevaluasi pelaksanaan kegiatan operasional dibidang pariwisata.
- k) Melaksanakan monitoring, evaluasi dan penilaian prestasi kerja pelaksanaan tugas bawahan.
- l) Membuat laporan pelaksanaan tugas kepada pejabat yang berwenang.

- m) Menyampaikan saran dan pertimbangan kepada atasan sebagai bahan masukan pengembalian kebijakan dibidang pariwisata guna kelancaran pelaksanaan tugas.
- n) Melaksanakan tugas kedinasan lain sesuai dengan perintah atasan.

6) Bidang Kebudayaan

Bidang Kebudayaan mempunyai tugas pokok melaksanakan sebagian tugas Kepala Dinas POPK dalam merumuskan kebijakan, pengoordinasian, pembinaan dan pengendalian kegiatan dibidang kebudayaan. Uraian tugas bidang kebudayaan adalah sebagai berikut:

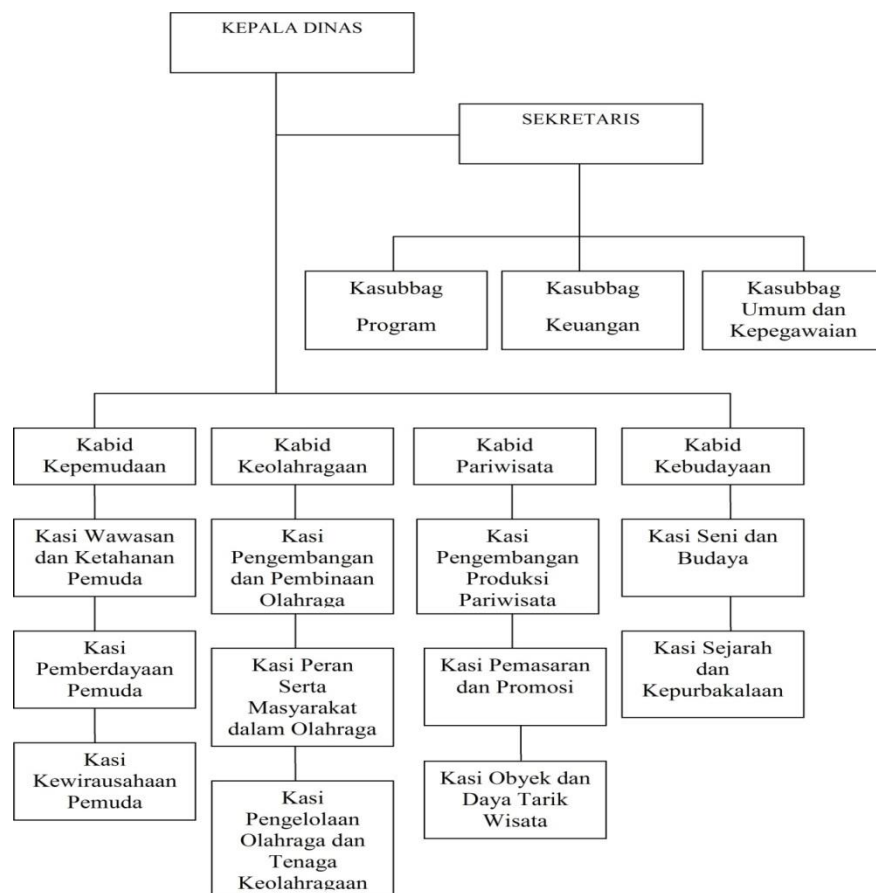
- a) Menyusun program kegiatan bidang kebudayaan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- b) Menjabarkan perintah atasan melalui pengkajian permasalahan agar pelaksanaan tugas sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- c) Membagi tugas kepada bawahan sesuai dengan bidang tugasnya, memberikan arahan dan petunjuk guna meningkatkan kelancaran pelaksanaan tugas.
- d) Melaksanakan koordinasi dengan seluruh bidang di lingkungan Dinas POPK untuk mendapatkan masukan,

informasi serta untuk mengevaluasi permasalahan agar diperoleh hasil kerja yang optimal.

- e) Merumuskan kebijakan dibidang kebudayaan skala Kabupaten.
- f) Melaksanakan koordinasi, pembinaan dan pengawasan pelaksanaan kebijakan dibidang kebudayaan skala Kabupaten.
- g) Melaksanakan perlindungan, pengembangan dan pemanfaatan kebudayaan skala daerah.
- h) Melaksanakan kerjasama dengan dinas/instansi terkait, provinsi/ pemerintah dan lembaga non pemerintah dalam rangka pengembalian kebudayaan skala Kabupaten.
- i) Mengevaluasi pelaksanaan kegiatan operasional dibidang kebudayaan.
- j) Melaksanakan monitoring, evaluasi dan penilaian prestasi kerja pelaksanaan tugas bawahan.
- k) Membuat laporan pelaksanaan tugas kepada pejabat yang berwenang.

- l) Menyampaikan saran dan pertimbangan kepada atasan sebagai bahan masukan pengambilan kebijakan dibidang kebudayaan guna kelancaran pelaksanaan tugas.
- m) Melaksanakan tugas kedinasan lain sesuai dengan perintah atasan.

Berdasarkan penjelasan mengenai tugas pokok dan fungsi susunan organisasi Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo, berikut adalah bagan struktur organisasi Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo :



Gambar 2. Bagan Organisasi Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo

(Sumber : Arsip Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo)

2. Deskripsi Data Penelitian

Peran *public relations* di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo diwujudkan kedalam berbagai kegiatan yang nantinya kegiatan-kegiatan tersebut dilaksanakan untuk mencapai tujuan suatu instansi. Peran *public relations* ini diantaranya mencakup *public relations* sebagai *communicator*, *public relations* sebagai *relationship*, *public relations* sebagai *back up management* dan *public relations* sebagai *good image maker*.

a. Peran *Public Relations* sebagai *Communicator*

Hasil observasi menunjukkan bahwa, peran *public relations* sebagai *communicator* di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo diwujudkan dalam kegiatan penyampaian informasi kepada publik. Kegiatan menyampaikan informasi kepada publik tentunya memerlukan suatu ketrampilan berkomunikasi yang baik, hal tersebut agar pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima dengan baik oleh komunikan sehingga tidak terjadi adanya kesalahan dalam menerima pesan yang sudah disampaikan.

Kegiatan penyampaian informasi dapat tercapai apabila penerima informasi (komunikan) memiliki pengertian yang sama dengan penyampai informasi (komunikator). Sehingga dengan adanya pengertian yang sama antara komunikator dan komunikan akan timbul suatu timbal balik (*feed back*) dari penyampaian informasi tersebut

Berdasarkan hasil wawancara, penyampaian informasi dilakukan dengan tujuan agar publik lebih mengenal dan mengetahui program kegiatan yang ada di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh Kepala Bidang Pariwisata, Sri Joko Indarto, SE, M.Hum, beliau mengatakan bahwa : “Informasi yang kami sampaikan kepada masyarakat yaitu informasi mengenai program-program kegiatan yang ada di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo”.

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa peran *public relations* sebagai *communicator* adalah dengan menyampaikan informasi, dalam hal ini yang bertindak sebagai komunikator adalah Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo dan sebagai komunikannya adalah *stakeholder*, masyarakat maupun pihak-pihak terkait sebagai sasaran dalam penyampaian informasi

Penyampaian informasi dilakukan dengan melibatkan beberapa media komunikasi sebagai sarana untuk menyampaikan informasi kepada *stakeholder*, masyarakat maupun pihak-pihak terkait. Beberapa media komunikasi yang digunakan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo dalam menyampaikan informasi diantaranya adalah surat, *website*, poster, telepon, SMS (*Short Message Service*). Selain media komunikasi, Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo juga bekerjasama dengan Radio Siaran Pemerintah Daerah (RSPD) Sukoharjo dan TATV.

Kegiatan penyampaian informasi yang dilaksanakan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo tidak hanya melibatkan masyarakat sebagai publik eksternal, akan tetapi juga melibatkan publik internal yang banyak memberikan kontribusinya untuk Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo.

1) Publik Eksternal

Peran *Public relations* sebagai *communicator* untuk publik eksternal Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo diantaranya adalah:

a) Penyampaian informasi kepada *stakeholder*

Stakeholder bagi suatu organisasi atau instansi merupakan suatu ujung tombak, sehingga *stakeholder* memiliki peran yang penting bagi organisasi atau instansi. Penyampaian informasi dari Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo kepada *stakeholder* dilaksanakan dengan melibatkan pihak-pihak yang menjadi mitra Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo.

Menurut Dra. Nurul Wachidah selaku Kabid Program, *stakeholder* yang bekerjasama dengan Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo terdiri dari beberapa organisasi, diantaranya adalah *stakeholder* bidang kepemudaan yang terdiri dari Organisasi Kepemudaan, *stakeholder* bidang Keolahragaan yang terdiri dari Organisasi Keolahragaan,

stakeholder bidang pariwisata yang terdiri dari pelaku usaha pariwisata dan *stakeholder* bidang kebudayaan terdiri dari pelaku seni dan budayawan.

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa *stakeholder* yang bekerjasama dengan Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo berbeda-beda untuk setiap bidangnya, setiap bidang memiliki *stakeholder* yang sesuai dengan tujuannya masing-masing. Sehingga penyampaian informasi kepada *stakeholder* ini dilaksanakan oleh masing-masing bidang.

Penyampaian informasi kepada *stakeholder* ini dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung, secara langsung yaitu pada saat rapat yang dilaksanakan oleh masing-masing bidang dengan mengundang *stakeholdernya* masing-masing, sedangkan secara tidak langsung yaitu melalui media komunikasi surat, telepon maupun SMS (*Short Message Service*)

b) Penyampaian informasi kepada instansi lain

Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo merupakan instansi pemerintahan, maka sudah seharusnya Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo juga melaksanakan proses komunikasi dalam bentuk penyampaian informasi kepada instansi pemerintahan lain.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Dra. Nurul Wachidah selaku kepala bagian program, instansi-instansi yang bekerjasama dengan Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo diantaranya adalah Dinas Pendidikan, Dishubinfokom, Disperindag, Dinas Koperasi dan UMKM dan bagian Setda Kabupaten Sukoharjo.

Informasi yang disampaikan kepada instansi lain berupa permintaan bantuan atau permintaan partisipasi/kerjasama dari instansi lain dalam kegiatan yang diadakan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo baik dalam bentuk undangan resmi, proposal maupun laporan-laporan kegiatan.

c) Penyampaian informasi kepada masyarakat sekitar kantor

Komunikasi yang terjalin antara masyarakat dengan Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo sangat penting untuk diperhatikan, karena semakin baik komunikasi yang terjalin antara Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo dengan masyarakat sekitar maka secara tidak langsung penilaian masyarakat terhadap Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo juga akan baik.

Menurut Suramto, SE selaku Kepala Dinas POPK menjelaskan bahwa :

penyampaian informasi kepada masyarakat sekitar selalu Kami lakukan, misalnya ketika Dinas POPK melaksanakan kegiatan seperti senam setiap jumat maupun gerak jalan Kami selalu mengundang agar

masyarakat sekitar ikut berpartisipasi, selain itu apabila ada warga yang meninggal Kami selalu mengirimkan perwakilan untuk melayat sebagai bentuk rasa belasungkawa.

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa dalam penyampaian informasi kepada masyarakat sekitar dilakukan dengan cara non formal. Meskipun disampaikan secara non formal akan tetapi maksud dan tujuannya adalah untuk menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat sekitar.

d) *Talkshow*

Kegiatan *talkshow* yang dilakukan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo dengan melibatkan pihak seperti radio dan stasiun TV yang bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai profil, program-program, visi dan misi Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo.

Talkshow ini juga sangat dimanfaatkan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo untuk promosi agar masyarakat lebih mengenal dan mengetahui program kerja maupun kegiatan yang dilaksanakan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh Sri Joko Indarto, SE, M.Hum selaku Kabid Pariwisata bahwa :
“Kegiatan *talkshow* yang dilaksanakan Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo sangat bermanfaat dalam

mempromosikan Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo kepada masyarakat”.

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa, kegiatan *talkshow* dimanfaatkan untuk promosi bagi Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo. Hal tersebut dikarenakan acara *talkshow* yang disiarkan melalui Radio maupun TV dapat secara mudah menjangkau masyarakat.

2) Publik Internal

Peran *Public relations* sebagai *communicator* untuk publik internal Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo diwujudkan dengan kegiatan diantaranya :

a) Rapat koordinasi staff

Rapat koordinasi bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada seluruh pegawai yang ada di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo. Rapat koordinasi dilaksanakan setiap satu bulan sekali dan akan sering dilaksanakan apabila ada kegiatan yang akan dilaksanakan dalam waktu dekat.

Hal-hal yang disampaikan dalam rapat koordinasi biasanya adalah pembentukan kepanitian kegiatan, laporan anggaran, kebijakan-kebijakan baru yang dikeluarkan oleh pemerintah pusat, laporan dari masing-masing bidang dan sebagainya. Selain itu, dalam rapat koordinasi ini juga digunakan sebagai media komunikasi antar pegawai untuk

melakukan *sharing* informasi maupun membahas kritik dan saran yang masuk ke Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo.

b) Apel pagi

Kegiatan apel pagi dilaksanakan setiap hari senin dan diikuti oleh seluruh pegawai Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo, dalam kegiatan apel pagi dipimpin oleh Kepala Dinas POPK atau Kepala bidang secara berkala. Apel pagi merupakan kegiatan penyampaian informasi yang dilakukan oleh Kepala Dinas POPK dan Kepala Bagian secara langsung. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh Kepala Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo Suramto, SE sebagai berikut “Kegiatan apel pagi merupakan kegiatan penyampaian informasi yang dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi secara langsung yang sifatnya segera”.

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa peran *public relations* sebagai *communicator* di lingkup internal dilakukan melalui komunikasi langsung karena hal tersebut sangat efektif untuk menyampaikan informasi yang sifatnya segera.

b. Peran *Public Relations* sebagai *Relationship*

Kerjasama yang terjalin antara Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo dengan masyarakat maupun dengan *stakeholder* selalu diupayakan terjalin dengan baik. Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo dalam membina hubungan dengan pihak internal berjalan dengan baik, hal tersebut terlihat dari adanya saling kerjasama antar bidang.

Selain membina hubungan dengan pihak internal, Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo juga membina hubungan kerjasama yang baik dengan pihak eksternal. Hal tersebut didukung oleh pendapat Bapak Suramto, SE selaku Kepala Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo yang menyatakan bahwa “sebagai instansi pemerintah, Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo selalu berusaha membina hubungan kerjasama yang baik dengan pihak internal maupun eksternal”.

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa, dalam membina hubungan kerjasama Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo selalu melibatkan pihak internal maupun pihak eksternal yang diwujudkan dengan beberapa bentuk kegiatan.

1) Publik Eksternal

Peran *public relations* sebagai pembina hubungan untuk publik eksternal diwujudkan dengan beberapa kegiatan diantaranya adalah :

a) Bekerjasama dengan pers

Melakukan kerjasama dengan pers merupakan salah satu cara dalam membina hubungan dengan pihak eksternal. Hal tersebut seperti yang dijelaskan oleh Sri Joko Indarto, SE, M.Hum selaku Kabid Pariwisata bahwa “kegiatan membina hubungan kerjasama juga dilakukan Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo dengan melakukan kerjasama melibatkan jasa pers”.

Dra Nurul Wachidah selaku Kasubbag Program menambahkan bahwa “Selain menyebarkan informasi melalui surat resmi atau alat komunikasi, Dinas POPK biasanya juga bekerjasama dengan pihak pers baik Radio Siaran Pemerinah Daerah (RSPD) Sukoharjo, TATV, maupun surat kabar terkait promosi maupun acara *talkshow* mengenai pariwisata dan kebudayaan”.

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa kerjasama yang dilakukan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo melibatkan pihak pers. Sehingga selain penyampaian informasi melalui alat komunikasi, Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo juga menyampaikan informasi dan kegiatan promosi melalui Siaran Radio RSPD Sukoharjo, TATV dan juga liputan yang dimuat di surat kabar.

b) Bekerjasama dengan *stakeholder*

Public relations dalam menjalankan perannya sebagai pembina hubungan diwujudkan dengan menjalin kerjasama dengan para *stakeholder*. Hal tersebut dikarenakan *stakeholder* merupakan ujung tombak bagi keberhasilan Dinas POPK dalam menjalankan tugas dan fungsinya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Dra. Nurul Wachidah terdapat beberapa *stakeholder* yang dimiliki oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo. *Stakeholder* yang bekerjasama dengan Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo adalah :

- a) *Stakeholder* bidang Kepemudaan : Organisasi Pemuda (KNPI, PDPM, Nasyiatul Aisyiah, GP. Ansor, BNK dll)
- b) *Stakeholder* bidang Keolahragaan : Organisasi olahraga (KONI, PASI Pengkab, PSSI Pengkap, IPSI Pengkab, dll)
- c) *Stakeholder* bidang Pariwisata : POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata), PHRI (Pengusaha Hotel), ASITA (Assosiasi Travel), Restoran, Tempat Hiburan, dll.
- d) *Stakeholder* bidang Kebudayaan : Sanggar, Kelompok Seni, Seniman, dan Budayawan.

Menurut Sri Joko Indarto, SE., M.Hum selaku kepala bidang pariwisata menjelaskan bahwa “dalam menjalin kerjasama dengan *stakeholder* tidak hanya dilakukan pada saat ada kegiatan saja, akan tetapi Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo juga memiliki agenda pertemuan khusus dengan *stakeholder*”.

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa dalam menjalin kerjasama, masing-masing bidang yang ada di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo memiliki *stakeholder* masing-masing. Kerjasama yang terjalin dengan *stakeholder* juga diwujudkan dalam agenda pertemuan rutin secara khusus.

c) Bekerjasama dengan Instansi lain

Public relations sebagai *relationship* salah satunya diwujudkan dengan membina hubungan kerjasama dengan instansi lain. Berdasarkan hasil pengamatan diketahui bahwa dalam menjalin kerjasama dengan instansi lain tidak hanya dilakukan dengan satu instansi saja, melainkan juga melibatkan beberapa instansi. Hal tersebut didukung oleh pendapat dari Bapak Suramto, SE selaku Kepala Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo menjelaskan bahwa “terdapat beberapa instansi yang bekerjasama dengan Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo, diantaranya adalah Dinas Pendidikan,

Dishubinfokom, Disperindag, Dinas Koperasi dan UMKM, serta Bagian Sosial Setda Kabupaten Sukoharjo”.

2) Publik Internal

a) Pembinaan rutin

Public relations sebagai pembina hubungan diwujudkan dalam kegiatan pembinaan rutin yang dilaksanakan secara internal oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo. Berdasarkan hasil pengamatan, kegiatan pembinaan rutin ini dilaksanakan satu kali dalam satu bulan.

Hasil wawancara yang dilakukan bersama Dra. Nurul Wachidah selaku Kasubag Program diperoleh data bahwa:

Untuk membina hubungan kerjasama Kami biasanya melakukan pembinaan rutin mbak, selain untuk memantau kinerja tiap bidang pembinaan rutin juga kami jadikan sebagai wadah untuk saling menjalin komunikasi, silaturahmi dan kerjasama antar bidang. Kegiatan dalam pembinaan rutin biasanya berupa pelaporan rutin, pelatihan penyusunan laporan anggaran, sharing-sharing maupun pelatihan-pelatihan untuk pegawai Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo.

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa dengan adanya kegiatan pembinaan rutin bertujuan untuk menjalin komunikasi, silaturahmi dan kerjasama antar bidang. Bentuk kegiatan dalam pembinaan rutin ini diantaranya adalah pelaporan hasil kegiatan selama satu bulan, sharing mengenai info-info terbaru maupun pelatihan untuk pegawai.

b) Kerjasama antar bidang

Public relations dalam melaksanakan peran sebagai pembina hubungan di lingkup internal adalah dengan adanya kerjasama antar bidang dalam setiap kegiatan yang diadakan oleh masing-masing bidang maupun secara umum. Berdasarkan hasil observasi, biasanya bidang-bidang yang lain akan ikut bekerjasama apabila salah satu bidang sedang mengadakan kegiatan. Hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Suramto, SE diketahui bahwa bidang-bidang yang ikut bekerjasama dalam kegiatan yang dilaksanakan bidang lain biasanya akan dilibatkan untuk menjadi panitia. Sehingga dengan adanya kerjasama antar bidang tersebut hubungan internal atau hubungan antar bidang akan berjalan baik.

c. Peran *Public Relations* sebagai *Back up management*

Public relations sebagai *back up management* berupaya untuk mendukung keberhasilan kegiatan manajemen yang ada di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo. Peran *public relations* sebagai *back up management* tentunya tidak terlepas dari fungsi manajemen. *Public relations* sebagai *back up management* dalam aktivitasnya diwujudkan dengan adanya proses yang terdiri dari penemuan fakta (*fact finding*), perencanaan (*planning*),

pengkomunikasian (*communicating*), dan pengevaluasian (*evaluating*).

Hal tersebut didukung oleh pendapat Bapak Sri Joko Indarto, SE, M.Hum selaku Kabid Pariwisata yaitu “Program kerja yang Kami rumuskan merupakan hasil dari analisis kebutuhan masyarakat. Proses analisis tersebut dilaksanakan secara sistematis, dimulai dari menemukan fakta, merencanakan, mengkomunikasikan, sampai pada kegiatan evaluasi”.

Hasil pengamatan menunjukkan bahwa dalam proses penemuan fakta terlihat dari aktivitas menganalisis masukan-masukan masyarakat mengenai kegiatan yang diinginkan oleh masyarakat berkaitan dengan bidang kepemudaan, keolahragaan, pariwisata dan kebudayaan. Pada proses perencanaan diwujudkan dengan merencanakan program-program maupun kegiatan yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Proses pengkomunikasian terlihat dari aktivitas koordinasi yang diadakan secara intern oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo, sedangkan proses pengevaluasian (*evaluating*) terlihat pada aktivitas evaluasi yang dilakukan setelah pelaksanaan kegiatan.

Peran *public relations* sebagai *back up management* juga dilakukan dengan menunjang kegiatan promosi di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo dengan cara bekerjasama dengan media

cetak, yaitu dengan menerbitkan berita pelaksanaan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo.

d. Peran *Public Relations* sebagai *Good image maker*

Peran *public relations* sebagai *good image maker* diwujudkan dalam kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan citra positif Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo di mata publik. Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa untuk menciptakan citra positif, Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo selalu berusaha untuk lebih mendakatkan diri dengan masyarakat. Hal tersebut juga didukung oleh Dra. Nurul Wachidah selaku Kabid Program yang menjelaskan bahwa :

untuk menciptakan citra positif Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo Kami mewujudkan dengan kegiatan yang melibatkan masyarakat secara langsung, harapannya adalah dengan secara langsung berinteraksi dengan masyarakat maka masyarakat akan memiliki penilaian positif tersendiri untuk Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo.

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo dalam menciptakan citra positif selalu berupaya agar dapat berinteraksi secara langsung dengan masyarakat baik dalam hal pemberian pelayanan maupun partisipasi dalam kegiatan sosial di masyarakat.

Beberapa wujud kegiatan yang dilakukan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo sebagai upaya menciptakan citra positif adalah:

1) Memberikan pelayanan kepada publik

Memberikan pelayanan kepada publik merupakan upaya yang dilakukan untuk menciptakan citra positif Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo. Bentuk pelayanan ini diberikan kepada publik secara terbuka, artinya apabila ada masyarakat yang membutuhkan bantuan Dinas POPK dapat mendatangi Kantor Dinas POPK untuk kemudian ditangani oleh pihak kesekretariatan. Hal tersebut seperti yang dijelaskan oleh Suramto, SE selaku Kepala Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo berikut ini :

Pelayanan kepada publik kami berikan secara terbuka, sehingga bisa langsung mendatangi kantor sesuai jam kerja mbak. Kemudian untuk pelayanan yang Kami berikan sebagai contoh adalah apabila ada masyarakat yang ingin berpariwisata ke luar daerah, kemudian ingin mendapatkan keringanan tiket masuk obyek wisata maka Dinas POPK khususnya bidang Pariwisata akan membantu untuk memberikan surat dispensasi.

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo dalam menciptakan citra positif berupaya untuk dapat memberikan pelayanan kepada masyarakat secara mudah. Sehingga masyarakat akan menjadi terbantu dengan adanya pelayanan yang diberikan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo.

2) Partisipasi kegiatan sosial masyarakat

Public relations dalam melaksanakan perannya untuk membentuk citra positif Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo di

masyarakat sekitar kantor adalah dengan ikut berpartisipasi dalam kegiatan sosial yang ada di masyarakat. Hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Suramto, SE selaku Kepala Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo menyatakan bahwa kegiatan sosial di masyarakat tersebut diantaranya takziah apabila ada warga masyarakat sekitar yang meninggal dunia, ikut berpartisipasi apabila di masyarakat sedang mengadakan kegiatan dengan cara mengirimkan perwakilan dari Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo.

e. Penggunaan Media Komunikasi

Keberhasilan dalam melaksanakan *public relations* tidak terlepas dari adanya peran media komunikasi yang digunakan. Media komunikasi ini sangat penting, karena dengan adanya media komunikasi akan memudahkan *public relations* dalam menyebarluaskan informasi kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, diketahui bahwa dalam menyampaikan informasi Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo menggunakan beberapa jenis media baik media komunikasi langsung maupun tidak langsung. Media komunikasi yang digunakan disesuaikan dengan SDM yang mengelola, biaya, waktu, sasaran serta kemampuan untuk menjangkau sasaran.

1) Media komunikasi langsung

Media komunikasi langsung yang digunakan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo untuk menyampaikan informasi kepada publik secara langsung atau tatap muka yaitu melalui kegiatan-kegiatan seperti rapat staff, apel pagi, penyampaian informasi kepada Instansi lain, Penyampaian informasi kepada masyarakat sekitar kantor, pelayanan kepada publik, serta dalam kegiatan sosial di masyarakat.

2) Media komunikasi tidak langsung

Media komunikasi tidak langsung yang digunakan dalam pelaksanaan *public relations* meliputi media cetak dan media elektronik, diantaranya yaitu :

a) *Compact Disk/CD* Profil

CD Profil digunakan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo sebagai salah satu media komunikasi tidak langsung. Berdasarkan hasil observasi, CD Profil hanya digunakan oleh Bidang Pariwisata untuk mempromosikan pariwisata yang ada di Kabupaten Sukoharjo, sehingga CD Profil ini berisikan profil obyek wisata yang dilengkapi dengan beberapa gambar obyek pariwisata sebagai pendukung.

Hal tersebut didukung oleh pernyataan dari Bapak Sri Joko Indarto selaku ketua bidang pariwisata yang

menyampaikan bahwa “media komunikasi di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo salah satunya adalah dengan menggunakan CD Profil, untuk saat ini CD Profil hanya digunakan oleh Bidang Pariwisata yang bertujuan untuk promosi wisata”.

b) *Booklet*

Booklet digunakan sebagai media komunikasi tidak langsung oleh bidang pariwisata. Informasi yang terdapat dalam *booklet* sama seperti informasi yang ada di dalam CD profil, sehingga tujuan dibuatnya *booklet* yaitu untuk mempromosikan obyek wisata yang ada di Kabupaten Sukoharjo.

c) Poster

Poster digunakan humas sebagai salah satu media komunikasi tidak langsung yang digunakan oleh *public relations*. Media poster ini biasanya berisi informasi mengenai pelaksanaan kegiatan. Misalnya poster mengenai kegiatan pemilihan Duta Wisata Kabupaten Sukoharjo yang dilaksanakan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo, poster tersebut berisi mengenai syarat-syarat pendaftaran untuk menjadi Finalis Duta Wisata Kabupaten Sukoharjo.

d) Surat Resmi

Surat resmi digunakan sebagai media komunikasi tidak langsung dengan tujuan untuk menyampaikan informasi yang bersifat formal. Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo menggunakan surat resmi untuk menyampaikan informasi kepada Instansi-instansi lain yang bekerjasama dengan Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo.

e) *E-mail*

Untuk mempermudah komunikasi tidak langsung Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo menggunakan *e-mail*. *E-mail* Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo adalah dinaspopk@sukoharjo.go.id

f) *Website*

Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo menyediakan *website* yang dapat dimanfaatkan masyarakat untuk mendapatkan informasi-informasi seputar kegiatan yang dilaksanakan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo. *Website* yang dikelola oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo adalah www.dinaspopk.sukoharjo.go.id

g) *Telepon*

Telepon adalah salah satu media komunikasi Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo yang digunakan untuk menerima dan menyampaikan pesan secara singkat yang bersifat tidak langsung. Nomor telepon Dinas POPK

Kabupaten Sukoharjo yang bisa dihubungi adalah (0271) 593023.

f. Faktor pendukung dalam melaksanakan peran *public relations*

Faktor-faktor pendukung dalam melaksanakan peran *public relations* adalah sebagai berikut :

1) Kerjasama yang baik antar pegawai

Kerjasama yang terjadi antar pegawai di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo merupakan salah satu faktor pendukung dalam pelaksanaan *public relations*. Kerjasama antar pegawai merupakan faktor pendukung yang berasal dari pihak internal. Kerjasama antar pegawai ini sangat penting, hal tersebut dikarenakan Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo belum memiliki bagian yang secara khusus berperan sebagai *public relations*. Jadi, kegiatan yang berhubungan dengan *public relations* masih dirangkap oleh beberapa bagian yang ada di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo. Sehingga kerjasama antar pegawai dalam melaksanakan kegiatan kehumasan sangat diperlukan, kerjasama tersebut diwujudkan dengan saling berkoordinasi antar pegawai maupun antar bidang.

2) Kerjasama yang baik dengan pihak yang berkepentingan

Kerjasama dengan beberapa pihak yang berkepentingan juga menjadi faktor pendukung dalam melaksanakan peran *public relations*. Adanya kerjasama antara Dinas POPK

Kabupaten Sukoharjo dengan pihak-pihak yang berkepentingan sangat membantu dalam mewujudkan visi, misi dan tujuan Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo.

g. Faktor penghambat dalam melaksanakan peran *public relations*

Hambatan-hambatan dalam melaksanakan peran *public relations* adalah sebagai berikut :

1) Tugas menjadi *overload*

Salah satu hambatan dalam melaksanakan peran *public relations* adalah adanya tugas yang menjadi *overload*. Hal tersebut dikarenakan bagian kesekretariatan dan bidang pariwisata yang merangkap peran sebagai *public relations* mendapat tugas tambahan selain melaksanakan tugas dan pokok yang dimiliki bagian tersebut.

2) Kurangnya Kualitas SDM dalam mengelola media

Media komunikasi merupakan sarana yang digunakan oleh *public relations* untuk dapat menyebarkan informasi kepada masyarakat. Pengelolaan media terutama *website* yang ada di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo masih kurang optimal. Hal tersebut dikarenakan kualitas SDM yang ahli dalam mengelola *website* masih kurang, tidak semua pegawai dapat mengelola media *website*. Sedangkan yang bisa menggunakan *website*

hanya beberapa orang dan masih merangkap untuk mengerjakan pekerjaan lain, sehingga informasi yang ada pada *website* masih kurang.

3) Minimnya anggaran

Peran *public relations* akan berjalan dengan baik apabila didukung oleh sumber daya manusia serta adanya anggaran. Menurut Bapak Suramto, SE selaku Kepala Dinas POPK menjelaskan bahwa “belum adanya kedudukan *public relations* yang strategis dan minimnya anggaran untuk mendukung *public relations*, merupakan beberapa hambatan dalam pelaksanaan *public relations* di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo”.

h. Upaya dalam mengatasi faktor penghambat

Beberapa hambatan selalu diupayakan agar tidak menjadi suatu penghalang dalam melaksanakan peran *public relations*. Berdasarkan hasil wawancara kepada Bapak Suramto, SE menjelaskan upaya-upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan dalam pelaksanaan *public relations*. Hambatan-hambatan tersebut diantaranya :

- 1) Mengerahkan seluruh pegawai khususnya bagian yang melaksanakan peran *public relations* untuk dapat membagi tugas antara melaksanakan tugas dan fungsi bagiannya masing-masing dengan melaksanakan peran sebagai *public relations*.

- 2) Memberikan pelatihan-pelatihan terkait pengelolaan *website* kepada beberapa pegawai Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo.
- 3) Mengoptimalkan anggaran yang ada sebagai pendukung dalam melaksanakan peran *public relations*.

3. Pembahasan Hasil Penelitian

Uraian pembahasan mengenai peran *public relations* di Kantor Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo adalah sebagai berikut :

a. Peran *Public Relations* sebagai *Communicator*

Peran *Public relations* sebagai *communicator* merupakan suatu peran dimana *public relations* (humas) tersebut menjadi suatu penghubung antara organisasi yang diwakilinya dengan publik maupun pihak-pihak yang berkepentingan. Pelaksanaan peran *public relations* sebagai *communicator* ini dapat diwujudkan dengan proses komunikasi, dimana dalam proses komunikasi tersebut terdapat suatu kegiatan penyampaian pesan. Proses komunikasi ini melibatkan beberapa aspek diantaranya yaitu komunikator, pesan, media komunikasi yang digunakan, komunikan dan umpan balik (*feed back*).

Peran *public relations* sebagai *communicator* adalah menyampaikan informasi yang bersifat komunikatif dan persuasif kepada publik, serta bertanggung jawab atas informasi yang

diberikan kepada publiknya tersebut sebagai bahan untuk mengetahui adanya reaksi publik terhadap instansi.

Berdasarkan hasil penelitian, peran *public relations* sebagai *communicator* di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo diwujudkan dalam kegiatan penyampaian informasi. Penyampaian informasi tersebut ditujukan kepada publik internal dan eksternal. Publik internal adalah masyarakat yang berada didalam lingkungan Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo, sedangkan publik eksternal merupakan masyarakat yang berada di luar Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo.

1) Publik eksternal

a) Penyampaian informasi kepada *stakeholder*

Penyampaian informasi ini bertujuan untuk memberikan informasi baik secara formal maupun non formal kepada *stakeholder*. Informasi-informasi yang disampaikan biasanya berupa informasi pelaksanaan kegiatan yang melibatkan *stakeholder* masing-masing bagian.

Penyampaian informasi kepada *stakeholder* ini biasanya langsung disampaikan oleh bagian-bagian yang bersangkutan. Penyampaian informasi tersebut disampaikan secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung yaitu melalui rapat yang diselenggarakan oleh masing-masing bidang dengan melibatkan masing-masing *stakeholder*, sedangkan secara tidak langsung menggunakan

media komunikasi seperti surat, telepon dan SMS (*Short Message Service*)

b) Penyampaian informasi kepada instansi lain

Menurut hasil penelitian, penyampaian informasi kepada instansi lain ditujukan kepada Dinas Pendidikan, Dishubinfokom, Disperindag, Dinas Koperasi dan UMKM dan bagian Sosial Setda Kabupaten Sukoharjo. Penyampaian informasi berupa permintaan bantuan atau partisipasi dari instansi lain untuk bekerjasama dalam kegiatan yang diadakan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo. Informasi-informasi yang disampaikan kepada instansi-instansi dilakukan dengan cara formal.

c) Penyampaian informasi kepada masyarakat sekitar kantor

Berdasarkan hasil penelitian, penyampaian informasi kepada masyarakat sekitar kantor dilakukan secara non formal seperti menyapa apabila bertemu dengan warga sekitar Kantor Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo, melayat apabila ada warga sekitar yang meninggal dunia sebagai bentuk rasa bela sungkawa, selain itu juga mengikutsertakan masyarakat dalam berbagai kegiatan yang diadakan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo.

d) *Talkshow*

Kegiatan *talkshow* ini merupakan kegiatan yang bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas. Menurut Sri Joko Indarto, SE., M.Hum selaku kepala bidang pariwisata menyatakan bahwa kegiatan *talkshow* ini dilaksanakan bekerjasama dengan Radio Siaran Pemerintah Daerah (RSPD) Sukoharjo dan TATV, sehingga kegiatan penyampaian informasi dalam bentuk *talkshow* ini dapat menjangkau masyarakat luas.

Informasi yang disampaikan dalam kegiatan *talkshow* diantaranya adalah mengenalkan profil, program-program, visi, misi dan tujuan Dinas POPK Kabupaten. Sebagai narasumber dalam kegiatan *talkshow* adalah kepala Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo dan beberapa wakil dari bagian pariwisata, karena dalam kegiatan *talkshow* ini sering memberikan pokok bahasan mengenai promosi terutama dalam hal promosi pariwisata.

1) Publik Internal

a) Rapat staf

Wujud peran *public relations* sebagai *communicator* untuk publik internal adalah dengan kegiatan komunikasi dengan seluruh pegawai. Penyampaian informasi kepada

seluruh pegawai biasanya dilakukan pada kegiatan rapat staf yang diadakan setiap satu bulan sekali.

Kegiatan rapat staf ini bertujuan untuk menyampaikan informasi-informasi yang berkaitan dengan laporan kegiatan tiap bagian, laporan keuangan secara umum, serta sosialisasi kebijakan-kebijakan baru dari pemerintah pusat.

b) Apel pagi

Selain kegiatan rapat staf kegiatan apel pagi juga dijadikan sarana untuk menyampaikan informasi kepada seluruh pegawai Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo. Informasi-informasi yang disampaikan pada saat apel pagi biasanya berupa pengumuman-pengumuman yang sifatnya segera harus disampaikan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa dalam menyampaikan informasi sebagai wujud peran *public relations* sebagai *communicator* sudah berjalan dengan baik, hal tersebut terlihat dari penyampaian informasi yang disampaikan kepada pihak internal maupun pihak eksternal. Akan tetapi, informasi-informasi yang disampaikan hanya sebatas informasi-informasi yang sifatnya informatif saja, informasi-informasi yang bersifat persuasif masih jarang disampaikan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo kepada publik. Seharusnya informasi yang disampaikan juga bersifat persuasif, sehingga publik eksternal khususnya

masyarakat lebih bisa tergerak untuk dapat memberikan dukungan bagi kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo. Selain itu informasi yang bersifat persuasif lebih tepat apabila digunakan. Karena dalam penyampaian informasi kepada publik eksternal memiliki tujuan yaitu ajakan untuk membentuk opini publik yang positif terhadap Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo.

b. Peran *Public Relations* sebagai *Relationship*

Peran *Public relations* sebagai *relationship* berperan untuk membina hubungan baik serta kerjasama yang positif antara instansi dengan publiknya, baik publik internal maupun publik eksternal. Membina hubungan baik dan kerjasama dengan publik maupun pihak-pihak yang berkepentingan sangatlah penting demi menjaga eksistensi suatu instansi. Mengingat suatu instansi tidak bisa berdiri sendiri tanpa adanya pihak-pihak yang mendukung dan yang dapat bekerjasama dalam mensukseskan setiap kegiatan yang diadakan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo.

Berdasarkan hasil penelitian, peran *public relations* dalam rangka membina hubungan baik serta kerjasama (*relationship*), diwujudkan dengan melakukan kerjasama baik dengan publik internal maupun eksternal. Membina hubungan baik dengan publik eksternal diwujudkan dengan adanya kerjasama dengan pihak radio dan stasiun TV dalam kegiatan promosi, kerjasama dengan

stakeholder, dan kerjasama dengan instansi-instansi pemerintah lainnya.

Selain membina hubungan baik dengan pihak eksternal, tentu Dinas POPK juga membina hubungan yang baik dengan pihak internal. Hal tersebut diwujudkan dalam kegiatan pembinaan rutin dan kerjasama antar bidang yang ada di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo.

1) Publik Eksternal

a) Bekerjasama dengan pers

Kerjasama dengan melibatkan jasa pers ini dilakukan baik dengan media pers cetak maupun elektronik diantaranya yaitu radio, televisi dan surat kabar. Kerjasama yang terjalin serta hubungan yang baik antara Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo. Dengan pers ini diwujudkan dalam kegiatan promosi, *talkshow*, serta liputan kegiatan yang dilaksanakan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo.

b) Bekerjasama dengan *stakeholder*

Sebagai instansi yang menaungi beberapa sub bagian, tentunya memiliki *stakeholder* yang sesuai dengan kepentingan masing-masing bagian. Peran *stakeholder* dalam suatu instansi cukup besar, karena *stakeholder* merupakan ujung tombak bagi suatu instansi.

Stakeholder bidang Kepemudaan adalah Organisasi Pemuda (KNPI, PDPM, Naswiatul Aisyiah, GP. Ansor, dan BNK. *Stakeholder* bagian keolahragaan adalah Organisasi olahraga (KONI, Pasi Pengkab, PSSI Pengkab, IPSI Pengkab. *Stakeholder* bagian pariwisata adalah PHRI (Pengusaha Hotel Republik Indonesia), ASITA (Assosiasi Travel), Restoran, dan tempat hiburan. *Stakeholder* bagian kebudayaan adalah Sanggar Tari, Kelompok Seni, Seniman dan Budayawan.

c) Bekerjasama dengan Instansi lain

Public relations dalam menjalankan perannya sebagai pembina hubungan diwujudkan dengan bekerjasama dengan instansi-instansi pemerintahan yang lain dalam berbagai kegiatan. Instansi-instansi yang sering bekerjasama dengan Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo adalah Dinas Pendidikan, Dishubinfokom, Disperindag, Dinas Koperasi dan UMKM dan Bagian Sosial Setda Kabupaten Sukoharjo.

2) Pihak Internal

a) Pembinaan Rutin

Kegiatan pembinaan adalah salah satu wujud kegiatan yang dilaksanakan untuk membina hubungan publik internal. Kegiatan pembinaan rutin dilaksanakan

bertujuan untuk menjalin komunikasi, silaturahmi, kerjasama, dan membina hubungan yang harmonis antar bidang. Bentuk kegiatan dalam pembinaan rutin adalah pelaporan hasil pelaksanaan kegiatan, sharing-sharing info, dan pelatihan-pelatihan.

b) Kerjasama antar bidang

Peran *public relations* sebagai pembina hubungan juga diwujudkan dalam kerjasama antar bidang. Kerjasama antar bidang ini dilaksanakan dengan melibatkan seluruh bidang dalam pelaksanaan kegiatan, baik kegiatan yang dilaksanakan per bidang maupun secara umum.

Berdasarkan dari pembahasan hasil penelitian diatas dapat diketahui bahwa peran *public relations* sebagai *relationship* atau pembina hubungan sudah cukup baik. Hal tersebut diwujudkan dengan adanya upaya dalam membina hubungan yang baik serta kerjasama dengan publik internal maupun eksternal. Sehingga dengan adanya kerjasama dan upaya membina hubungan yang baik tersebut Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo dan publiknya saling diuntungkan.

c. Peran *Public Relations* sebagai *Back up management*

Peran *Public relations* sebagai *back up management* merupakan peran yang dilaksanakan sebagai pendukung fungsi

management dalam suatu organisasi. Peran sebagai *back up management* menjadikan aktivitas *public relations* sangat melekat dengan fungsi manajemen, dimana dalam aktivitas *public relations* tersebut terdiri dari proses penemuan fakta (*fact finding*), perencanaan (*planning*), pengkomunikasian (*communicating*) dan pengevaluasian (*evaluating*).

Keempat proses tersebut, merupakan proses yang terdapat pada kegiatan komunikasi dua arah yang digunakan untuk menunjang kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh masing-masing bidang yang ada di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo. Pertama, proses yang dilakukan adalah penemuan fakta. Proses penemuan fakta dilakukan dengan melakukan pemantauan adanya masukan-masukan berupa saran mengenai kebutuhan akan kegiatan yang berkaitan dengan kegiatan kepemudaan, keolahragaan, kepariwisataan, dan kebudayaan.

Kedua, setelah penemuan fakta kemudian diadakan perencanaan kegiatan atau program yang bisa dilaksanakan. Ketiga, proses pengkomunikasian dengan cara berkoordinasi secara intern untuk menyusun kegiatan yang sudah direncanakan. Keempat, yaitu proses evaluasi yang diadakan setelah kegiatan selesai dilaksanakan.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa peran *public relations* sebagai *back up management* di Dinas

POPK Kabupaten Sukoharjo berjalan dengan baik. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya proses *public relations* yang merupakan pengembangan dari fungsi manajemen yang digunakan untuk menganalisis kebutuhan masyarakat.

d. Peran *Public Relations* sebagai *Good image maker*

Menciptakan *good image maker* atau citra positif suatu organisasi merupakan tujuan akhir dari aktivitas *public relations*. Citra positif dibentuk melalui kegiatan komunikasi antara pihak internal serta eksternal sehingga akhirnya dari kegiatan komunikasi tersebut diharapkan dapat menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa dalam mewujudkan citra positif di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo dilakukan berbagai kegiatan.

1) Pelayanan terhadap masyarakat

Memberikan pelayanan kepada masyarakat selain sebagai bentuk kegiatan pelayanan juga sebagai kegiatan yang dilakukan untuk menciptakan citra positif. Kegiatan pelayanan terhadap masyarakat ini sangat mempengaruhi dalam pembentukan citra Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo. Apabila pelayanan yang diberikan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo baik, maka

masyarakat juga akan memberikan penilaian yang baik (*goodwill*) kepada Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo

Berdasarkan hasil penelitian, sejauh ini masyarakat sangat terbantu dengan pelayanan-pelayanan yang diberikan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo. Sehingga masyarakat memiliki penilaian yang positif terhadap Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo.

2) Partisipasi kegiatan sosial di masyarakat

Public relations dalam membentuk citra positif Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo di masyarakat adalah dengan ikut berpartisipasi dalam kegiatan sosial di masyarakat. Kegiatan tersebut misalnya : kerja bakti, bakti sosial, melayat apabila ada yang meninggal dunia, dan membantu warga yang terkena musibah. Partisipasi dalam kegiatan sosial di masyarakat ini cukup berjalan baik untuk membentuk citra positif Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo di mata masyarakat.

Berdasarkan hasil pembahasan diatas, peran *public relations* sebagai *good image maker* di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo sudah cukup baik. Akan tetapi masih belum maksimal, hal tersebut dikarenakan Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo dalam menciptakan citra positif belum diwujudkan dalam lingkup internal.

e. Penggunaan media komunikasi

Keberhasilan dalam melaksanakan peran *public relations* tidak terlepas dari adanya peran media komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan informasi. Media komunikasi ini sangat mendukung dalam pelaksanaan kegiatan-kegiatan *public relations*, dengan adanya media komunikasi *public relations* lebih mudah dalam menjalankan tugas dan kewajibannya. Media komunikasi yang digunakan oleh *public relations* di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo adalah media komunikasi langsung dan media komunikasi tidak langsung.

1) Media komunikasi langsung

Media komunikasi langsung yang digunakan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo untuk menyampaikan informasi secara langsung atau tatap muka yaitu melalui kegiatan-kegiatan seperti rapat staf, apel pagi, penyampaian informasi kepada Instansi lain, penyampaian informasi kepada masyarakat sekitar kantor, pelayanan kepada publik, serta partisipasi kegiatan sosial di masyarakat.

2) Media komunikasi tidak langsung

Media komunikasi tidak langsung merupakan sarana yang digunakan dalam kegiatan komunikasi *public relations* (kehumasan). Media komunikasi tidak langsung yang digunakan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo diantaranya

adalah CD profil, *booklet*, poster, surat, *e-mail*, *website*, dan telepon.

Berdasarkan hasil pembahasan diatas dapat diketahui bahwa dalam melaksanakan peran *public relations*, Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo memanfaatkan penggunaan media untuk menyebarkan informasi kepada publik. Akan tetapi dalam mengelola media sebagai sarana untuk menyebarkan informasi tersebut masih terdapat beberapa kekurangan, diantaranya adalah pengelolaan *website* yang kurang optimal. Hal tersebut terlihat dari adanya *Website* Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo yang jarang memberikan informasi-informasi terbaru.

f. Faktor pendukung dalam melaksanakan peran *public relations*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara serta observasi diketahui beberapa faktor pendukung dalam melaksanakan peran *public relations* diantaranya, adanya kerjasama yang baik antar pegawai dan kerjasama yang baik dengan pihak yang berkepentingan.

Kerjasama yang terjalin antara Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo dengan sesama pegawai atau dengan pihak yang berkepentingan sudah cukup baik. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya sikap saling membantu antar pegawai apabila ada pegawai lain yang membutuhkan bantuan. Selain itu, adanya dukungan yang

diberikan oleh stakeholder dalam mewujudkan visi, misi serta tujuan Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo.

g. Faktor penghambat dalam melaksanakan peran *public relations*

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa hambatan yang dihadapi oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo dalam melaksanakan peran *public relations*. Hambatan tersebut diantaranya adalah tugas bagian kesekretariatan dan bidang pariwisata menjadi *overload*/tumpang tindih karena merangkap peran sebagai *public relations*.

Selain itu, kualitas SDM dalam mengelola media juga masih kurang. Hal tersebut ditunjukkan dengan media sebagai sarana penyebaran informasi hanya dikelola oleh beberapa orang saja yang juga merangkap pekerjaan lain, dikarenakan tidak ada yang ahli dalam mengelola media khususnya *website*.

Minimnya anggaran juga menjadi salah satu hambatan dalam pelaksanaan peran *public relations*, hal tersebut dikarenakan belum strategisnya posisi *public relations* sehingga anggaran yang digunakan untuk kegiatan *public relations* juga masih terbatas.

h. Upaya dalam mengatasi faktor penghambat

Beberapa faktor penghambat dalam melaksanakan peran *public relations* selalu diupayakan untuk diatasi agar kegiatan yang berkaitan dengan *public relations* tetap berjalan baik. Berdasarkan hasil diketahui bahwa Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo melakukan beberapa upaya untuk menangani adanya faktor-faktor penghambat diantaranya adalah membagi tugas antar pegawai khususnya pada bidang-bidang yang merangkap peran sebagai *public relations*. Selain itu upaya yang dilakukan juga dilakukan dengan memberikan pelatihan-pelatihan terkait pengelolaan media khususnya *website* kepada pegawai, serta mengoptimalkan anggaran yang ada untuk mendukung peran *public relations*.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai peran *public relations* di Kantor Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo melaksanakan peran *public relations* sebagai upaya yang dilakukan untuk membina hubungan yang harmonis dengan target sasaraannya. Peran *public relations* di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo belum sepenuhnya optimal, karena masih dirangkap oleh kesekretariatan dan bidang pariwisata yang juga memiliki tugas dan fungsi masing-masing disamping melaksanakan kegiatan yang berhubungan dengan *public relations* (kehumasan). Peran *public relations* di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo meliputi: 1) Peran *Public relations* sebagai *communicator* untuk publik eksternal yaitu melalui penyampaian informasi kepada *stakeholder*, penyampaian informasi kepada instansi lain, an penyampaian informasi kepada masyarakat sekitar kantor dan kegiatan *talkshow*. Sedangkan untuk publik internal yaitu melalui rapat staf dan apel pagi. 2) Peran *Public relations* sebagai *relationship* publik eksternal melalui kerjasama dengan *pers*, kerjasama dengan *stakeholder*, dan kerjasama dengan instansi lain. Sedangkan untuk publik internal melalui pembinaan rutin dan

kerjasama antar bidang. 3) Peran *Public relations* sebagai *back up management* yaitu menganalisis masukan dari masyarakat, merencanakan program kegiatan berdasarkan masukan masyarakat, berkoordinasi antar bidang dan mengadakan evaluasi kegiatan. 4) Peran *Public relations* sebagai *good image maker* yaitu memberikan pelayanan terhadap masyarakat, dan ikut berpartisipasi dalam kegiatan sosial di masyarakat.

2. Media yang digunakan untuk mendukung pelaksanaan peran *public relations* yaitu dengan menggunakan media komunikasi langsung dan media komunikasi tidak langsung. Media komunikasi langsung yang digunakan untuk mendukung dalam melaksanakan peran *public relations* yaitu melalui kegiatan-kegiatan seperti rapat staf, apel pagi, penyampaian informasi kepada instansi lain dan masyarakat sekitar kantor, pelayanan kepada publik, serta ikut berpartisipasi dalam kegiatan sosial di masyarakat. Sedangkan media komunikasi tidak langsung meliputi media elektronik maupun media cetak diantaranya adalah CD Profil, *booklet*, poster, surat, *e-mail*, *website* dan telepon.
3. Faktor-faktor pendukung dalam melaksanakan peran *public relations* diantaranya adalah: 1) Kerjasama yang baik antar pegawai dan 2) Kerjasama yang baik dengan pihak yang berkepentingan.
4. Faktor-faktor penghambat dalam melaksanakan peran *public relations* diantaranya adalah: 1) bagian yang merangkap peran sebagai *public relations*

memiliki tugas yang *overload*, 2) kurangnya kualitas SDM dalam mengelola media dan 3) minimnya anggaran.

5. Upaya yang dilakukan dalam mengatasi faktor-faktor penghambat tersebut adalah: 1) mengerahkan seluruh pegawai khususnya bidang-bidang yang melaksanakan peran *public relations* untuk dapat membagi tugas antara melaksanakan tugas dan fungsi bagiannya masing-masing dengan melaksanakan peran sebagai *public relations*, 2) memberikan pelatihan-pelatihan terkait pengelolaan media khususnya *website* kepada pegawai Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo, dan 3) mengoptimalkan anggaran yang ada agar dapat mendukung pelaksanaan peran *public relations*.

B. Saran

Setelah melaksanakan penelitian mengenai peran *public relations* di Kantor Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo, maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Kepada bagian kesekretariatan dan bidang pariwisata, sebagai unit yang merangkap untuk melaksanakan kegiatan *public relations* (kehumasan) :
 - a. Peran *public relations* hendaknya perlu untuk ditingkatkan agar hubungan kerjasama yang terjalin antara Dinas POPK Kabupaten sukoharjo dengan pihak-pihak yang berkepentingan selalu harmonis.
 - b. Komunikasi yang disampaikan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo hendaknya lebih bervariasi, sehingga tidak hanya informasi yang sifatnya

informatif saja yang disampaikan kepada masyarakat atau pihak-pihak terkait. Tetapi juga informasi-informasi yang bersifat persuasif untuk menarik perhatian atau minat masyarakat maupun pihak-pihak terkait.

- c. Hendaknya pengelolaan *website* lebih dioptimalkan agar dapat berfungsi dengan baik sebagai media penyebar berita, sehingga masyarakat yang memerlukan informasi dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang terbaru dari *website*.

DAFTAR PUSTAKA

- Dasrun Hidayat. (2014). *Media Public Relations. Pendekatan Studi Kasus Cyber Public Relations Sebagai Metode Kerja PR Digital*. Yogyakarta: CV. Graha Ilmu.
- Frida Kusumastuti. (2002). *Dasar-dasar Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Lena Satlita. (2002). *Hubungan Masyarakat dalam Teori dan Praktik*. Yogyakarta: FISE UNY.
- Lukman Prasetyo. (2013). Pelaksanaan Public relations dalam rangka meningkatkan citra pariwisata di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magelang. *Skripsi*. Yogyakarta. FE UNY.
- Maria Assumpta Rumanti, SR. (2001). *Dasar-dasar Public relations Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Gramedia Widia Sarana.
- Oemi Abdurrachman. (1995). *Dasar-dasar Public relations*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Onong Uchjana Effendy. (1989). *Human Relation dan Public relations dalam Management*. Bandung: Mandar Maju.
- Rachmadi, F (1994). *Public Relations dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- _____ (1996). *Public Relations dalam Teori dan Praktek*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rhenald Kasali. (2003). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: PT Temprint.
- Rosady Ruslan. (2012). *Manajemen Public relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Septi Wuri Handayani. (2009). Pelaksanaan Fungsi Public relations dalam Rangka membangun Citra Positif Rumah *Skripsi* Sakit Islam Yogyakarta PDHI.. Yogyakarta. UPT UNY.
- Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto. (2008). *Dasar-dasar Public relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Suharsimi Arikunto (2008). *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: Aditya Media kerjasama dengan Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP) UNY.

Sukandarrumidi. (2006). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Susatyo Herlambang. (2010). *Public relations dan Customer Service*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.

Lampiran 1.

	Pedoman Wawancara	
--	------------------------------	--

Pedoman Wawancara

Peran *Public Relations* di Kantor Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo

Kepala Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo

1. Bagaimana latar belakang berdirinya Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo ?
2. Apa saja wewenang yang dimiliki oleh Kepala Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo terkait dengan pelaksanaan peran *public relations* (humas)?
3. Siapa saja yang menjadi sasaran Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo?
4. Bagaimana pelayanan humas terhadap publik ?
5. Bagaimana pemantauan terhadap jalannya peran *public relations* (humas) di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo?
6. Media komunikasi apa saja yang digunakan oleh humas untuk menyebarkan informasi kepada publik ?
7. Pihak-pihak mana saja terlibat kerjasama dengan Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo?
8. Upaya apa saja yang dilakukan untuk menjalin kerjasama antar bidang?
9. Kegiatan apa saja yang melibatkan masyarakat sekitar Kantor Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo?
10. Apa saja faktor pendukung dalam melaksanakan peran *public relations*?
11. Apa saja faktor penghambat dalam melaksanakan peran *public relations*?
12. Upaya apa saja yang dilakukan dalam mengatasi hambatan tersebut?

Public relations* sebagai *communicator

13. Kegiatan apa saja yang dilaksanakan sebagai wujud pelaksanaan peran *public relations* sebagai *communicator* ?

14. Informasi apa saja yang disampaikan/ disebarluaskan pada publik ?

Public relations sebagai relationship

15. Apa yang dilakukan oleh *public relations* Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo dalam rangka membina hubungan kerjasama ?

16. Kegiatan apa saja yang dilakukan dalam pelaksanaan peran *public relations* sebagai *relationship* untuk publik eksternal?

17. Kegiatan apa saja yang dilakukan dalam pelaksanaan peran *public relations* sebagai *relationship* untuk publik internal?

Public relations sebagai back up management

18. Apa yang dilakukan oleh *public relations* dalam menunjang kegiatan promosi?

19. Bagaimana peran *public relations* dalam merumuskan program kerja?

Public relations sebagai Good image maker

20. Hal apa yang dilakukan *public relations* untuk mengetahui citra di mata publik/ masyarakat ?

21. Apa yang dilakukan *public relations* sebagai upaya untuk menciptakan citra positif Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo di masyarakat sekitar kantor?

Pedoman Wawancara

Peran *Public Relations* di Kantor Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo

Kesekretariatan

1. Bagaimana sejarah berdirinya Dinas POPK ?
2. Bagaimana kedudukan *public relations* (humas) di Dinas POPK?
3. Pihak mana saja yang terlibat kerjasama dengan Dinas POPK?
4. Upaya apa yang dilakukan untuk membina hubungan kerjasama tersebut?
5. Kegiatan apa yang dilaksanakan untuk membina kerjasama dengan pihak internal (Dinas POPK)?
6. Kegiatan apa yang dilakukan untuk membina kerjasama dengan pihak eksternal?
7. Kegiatan apa saja yang melibatkan masyarakat sekitar Dinas POPK?
8. Upaya apa yang dilakukan untuk membentuk citra yang positif di mata publik/masyarakat?
9. Kegiatan apa saja yang melibatkan masyarakat sekitar Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo?
10. Upaya apa yang dilakukan untuk membentuk citra yang positif di mata publik/ masyarakat?

Public relations sebagai communicator

11. Kegiatan apa yang dilakukan sebagai wujud pelaksanaan peran *public relations* sebagai *communicator*?
12. Informasi apa saja yang disampaikan/ disebarluaskan kepada publik?

Public relations sebagai relationship

13. Apa yang dilakukan oleh *public relations* Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo dalam rangka membina hubungan kerjasama ?
14. Kegiatan apa saja yang dilakukan dalam pelaksanaan peran *public relations* sebagai *relationship* untuk publik eksternal?
15. Kegiatan apa saja yang dilakukan dalam pelaksanaan peran *public relations* sebagai *relationship* untuk publik internal?

Public relations sebagai back up management

16. Apa yang dilakukan oleh *public relations* dalam menunjang kegiatan promosi?
17. Bagaimana peran *public relations* dalam merumuskan program kerja?

Public relations sebagai Good image maker

18. Hal apa yang dilakukan *public relations* untuk mengetahui citra di mata publik/ masyarakat ?
19. Apa yang dilakukan *public relations* sebagai upaya untuk menciptakan citra positif Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo di masyarakat sekitar kantor?

Pedoman Wawancara

Peran *Public Relations* di Kantor Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo

Kepala Bidang Pariwisata

A. Peran *public relations* (Humas) sebagai *communicator*

1. Siapa saja pihak-pihak yang menjadi sasaran dalam penyebaran informasi?
2. Informasi apa saja yang disebarluaskan oleh *public relations* ?
3. Media apa yang digunakan oleh *public relations* untuk menyebarkan informasi kepada publik?
4. Siapa saja yang terlibat mengelola media ?
5. Apa saja yang menjadi pertimbangan dalam pemilihan media?

B. Peran *public relations* sebagai *relationship*

6. Pihak-pihak mana saja yang terlibat kerjasama dengan Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo?
7. Upaya apa yang dilakukan dalam membina hubungan kerjasama tersebut?
8. Kegiatan apa saja yang dilaksanakan untuk membina hubungan kerjasama dengan pihak internal ?
9. Kegiatan apa saja yang dilakukan untuk membina hubungan dengan masyarakat sekitar Dinas POPK?
10. Kegiatan apa saja yang melibatkan masyarakat luar?
11. Pelayanan apa saja yang diberikan kepada masyarakat ?

C. Peran *public relations* sebagai *Back Up Management*

12. Apa yang dilakukan bidang pariwisata sebagai bidang yang melaksanakan kegiatan *public relations* (kehumasan) untuk menunjang kegiatan promosi di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo?
13. Apa yang dilakukan oleh *public relations* dalam menunjang kegiatan personalia di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo?
14. Bagaimana cara *public relations* merumuskan program kerja?
15. Bagaimana *public relations* menampung adanya kritik dan saran dari masyarakat?
16. Bagaimana cara *public relations* mengevaluasi kegiatan yang sudah dilaksanakan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo?

D. Peran *public relations* sebagai *good image maker*

17. Apa yang dilakukan Dinas POPK untuk membentuk opini positif dari publik/masyarakat sekitar kantor?
18. Bagaimana upaya *public relations* (humas) untuk mengetahui penilaian dari masyarakat terhadap Dinas POPK?
19. Bagaimana strategi yang dilakukan *public relations* untuk membentuk citra positif Dinas POPK?

Lampiran 2.

	Hasil Wawancara	
--	----------------------------	--

Wawancara dengan “S” Pada tanggal 14 September 2015 Pukul 08.00

1. Bagaimana Latar belakang berdirinya Dinas POPK Kabupaten

Sukoharjo ?

Jawab : Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo berdiri pada tanggal 9 Januari 2009 Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Sukoharjo Nomor 3 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah Kabupaten Sukoharjo. Sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya Dinas Pemuda, Olah Raga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo merupakan pengalihan sebagian urusan pemerintahan dari Dinas Pendidikan yaitu urusan pemerintahan Bidang Kepemudaan, Bidang Keolahragaan dan Bidang Kebudayaan sedangkan untuk urusan pemerintahan di Bidang Pariwisata merupakan pengalihan sebagian tugas dan fungsi dari Dinas Perhubungan, Informasi dan Komunikasi (dulu DLLAJR).

2. Apa saja wewenang yang dimiliki oleh Kepala Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo terkait pelaksanaan *public relations* (Kehumasan)?

Jawab :

- a. Memberikan tugas kepada humas selaku *public relations* untuk memberikan informasi terkait dengan kegiatan-kegiatan yang dikelola Dinas POPK kepada masyarakat.
- b. Melakukan kroscek terhadap humas, terkait dengan kerjasama yang terjalin dengan para *stakeholder* (pelaku usaha, penggiat) yang berhubungan dengan Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo.

3. Siapa saja yang menjadi sasaran Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo ?

Jawab : “Sasaran secara umum tentunya masyarakat luas dalam hal ini pelajar, penggiat seni, budayawan dan tokoh masyarakat selain itu juga ada SKPD dan *Stakeholder*”.

4. Bagaimana bentuk pelayanan humas terhadap publik?

Jawab : “Pelayanan kepada publik kami berikan secara terbuka, sehingga bisa langsung mendatangi kantor sesuai jam kerja mbak. Kemudian untuk pelayanan yang Kami berikan sebagai contoh adalah apabila ada masyarakat yang ingin berpariwisata ke luar daerah, kemudian ingin mendapatkan keringanan tiket masuk obyek wisata maka Dinas POPK khususnya bidang Pariwisata akan membantu untuk memberikan surat dispensasi”.

5. Bagaimana pemantauan terhadap jalannya kegiatan *public relations* (humas) di Kantor Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo?

Jawab : “PR atau humas setiap bulannya memberikan laporan kepada Kepala Dinas POPK mbak terkait dengan agenda kegiatan maupun hasil kerja setiap bulannya. Selain itu Kepala Dinas juga memberikan pengarahan terkait dengan tugas pokok dan fungsi *public relations*”.

6. Media komunikasi apa saja yang digunakan oleh humas dalam menyebarkan informasi kepada publik?

Jawab : “Media yang kami gunakan adalah media komunikasi langsung dan tidak langsung. Media komunikasi tidak langsung Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo menggunakan CD Profil, Poster, *Booklet*, Telepon, *E-mail*, *website*. Sedangkan untuk komunikasi langsung misalnya Kegiatan apel pagi dijadikan sebagai alternatif untuk menyampaikan informasi secara langsung yang sifatnya segera”

7. Pihak mana saja yang bekerjasama dengan Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo ?

Jawab : “Kami bekerjasama dengan masyarakat, SKPD terkait dan juga dengan *stakeholder* untuk ikut berpartisipasi dan mendukung kegiatan kami. Pihak-pihak tersebut diantaranya : Dinas

Pendidikan, Disperindag, Dishubinfokom, Dinas Koperasi dan UMKM, Bagian sosial setda Kabupaten Sukoharjo, Paguyuban Duta Wisata Kabupaten Sukoharjo, Pepadi, Budayawan, Atlet, KONI, PHRI dan pihak pelaku usaha yang lain”.

8. Upaya apa yang dilakukan untuk menjalin kerjasama antar bidang ?

Jawab : “Pertama, pada setiap kegiatan kami selalu melibatkan bidang lain untuk ikut bekerjasama, dalam hal ini sebagai panitia kegiatan yang diadakan setiap bidang. Kedua, selalu melakukan sarasehan / rapat staf untuk menjalin silaturahmi dan menampung aspirasi karyawan/karyawati”.

9. Kegiatan apa yang melibatkan masyarakat sekitar Kantor Dinas POPK ?

Jawab : “Setiap hari jumat kami mengadakan kegiatan kerja bakti di lingkungan kantor, sebagai bentuk kekeluargaan dan gotong royong terhadap masyarakat sekitar”.

10. Apa saja faktor pendukung pelaksanaan *public relations* ?

Jawab : “Faktor pendukung dalam pelaksanaan kehumasan diantaranya adalah kerjasama yang baik antar pegawai dan kerjasama yang baik dengan pihak yang berkepentingan”.

11. Apa saja faktor penghambat pelaksanaan *public relations* ?

Jawab : “Faktor penghamabatnya ada beberapa mbak diantaranya kurangnya personil sebagai pelaksana *pubic relations*, kurangnya kualitas SDM dalam mengelola media, dan minimnya anggaran”.

12. Upaya apa saja yang dilakukan dalam mengatasi hambatan tersebut ?

Jawab : “Upaya yang kami lakukan yang pertama mengerahkan seluruh personil atau pegawai di Kantor Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo untuk melaksanakan kegiatan yang berhubungan

dengan *public relations* (kehumasan). Kedua, Memberikan pelatihan-pelatihan terkait pengelolaan website kepada beberapa pegawai Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo. Ketiga, Mengoptimalkan anggaran yang ada sebagai pendukung pelaksanaan *public relations*".

Public relations sebagai communicator

13. Kegiatan apa saja yang dilaksanakan sebagai wujud pelaksanaan *public relations* sebagai *communicator*?

Jawab : "Kegiatan dibagi menjadi dua secara eksternal dan internal, untuk eksternal salah satu kegiatannya adalah penyampaian informasi kepada masyarakat sekitar kantor. Penyampaian informasi kepada masyarakat sekitar kantor selalau Kami lakukan, misalnya ketika Dinas POPK melaksanakan kegiatan seperti senam setiap jumat maupuun gerak jalan Kami selalu mengundang agar masyarakat sekitar ikut berpartisipasi, selain itu apabila ada warga yang meninggal Kami selalu mengirimkan perwakilan untuk melayat sebagai bentuk ras belasungkawa. Selain itu juga terdapat kegiatan penyampaian informasi kepada *stakeholder*, instansi terkait, dan juga kegiatan *talkshow*. Sedangkan untuk internal yaitu Rapat koordinasi staf dan Apel Pagi, pada kegiatan apel pagi ini merupakan kegiatan penyampaian informasi yang dimanfaatkan oleh Dinas POPK untuk menyampaikan informasi secara langsung yang sifatnya segera".

14. Informasi apa saja yang disampaikan/ disebarluaskan pada publik?

Jawab: "Informasi-informasi yang disampaikan kepada publik yaitu informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo yang tentunya perlu diketahui oleh publik".

Public relations sebagai relationship

15. Apa yang dilakukan oleh *public relations* Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo dalam rangka membina hubungan/kerjasama ?

Jawab : “Sebagai instansi pemerintah, Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo selalu berusaha membina hubungan kerjasama yang baik dengan pihak internal maupun eksternal”.

16. Kegiatan apa saja yang dilakukan dalam pelaksanaan *public relations* sebagai *relationship* untuk publik eksternal?

Jawab : “Kegiatan yang dilaksanakan dengan melibatkan pihak eksternal diantaranya adalah menjalin kerjasama dengan pers yang terdiri dari stasiun radio, stasiun tv, dan surat kabar, menjalin kerjasama dengan *stakeholder*, dan juga menjalin kerjasama dengan instansi-instansi pemerintahan yang lain”.

17. Kegiatan apa saja yang dilakukan dalam pelaksanaan *public relations* sebagai *relationship* untuk publik internal?

Jawab : “Kegiatan yang dilaksanakan dengan melibatkan pihak internal diantaranya adalah pembinaan rutin untuk pegawai dan menjalin kerjasama antar bidang. Bidang-bidang yang bekerjasama dalam kegiatan yang dilaksanakan bidang-bidang lain biasanya akan dilibatkan untuk menjadi panitia kegiatan”.

Public relations sebagai back up management

18. Apa yang dilakukan oleh *public relations* dalam menunjang kegiatan promosi?

Jawab : “Dalam menunjang kegiatan promosi, Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo bekerjasama melibatkan stasiun TV, Radio, dan juga surat kabar.

19. Bagaimana peran *public relations* dalam merumuskan program kerja ?

Jawab : “Peran *public relations* dalam merumuskan program kerja yaitu dengan melakukan proses yang sistematis, diantaranya adalah analisis kebutuhan kepada masyarakat, setelah mengetahui kegiatan-kegiatan yang diinginkan oleh masyarakat, kemudian secara intern berkoordinasi untuk membahas perencanaan dari hasil analisis kebutuhan yang berasal dari masyarakat, setelah itu dilakukan pengkomunikasian baik secara intern maupun ekstern, yang terakhir adalah kegiatan evaluasi yang dilaksanakan setelah kegiatan selesai dilaksanakan”.

Public relations sebagai Good image maker

20. Hal apa yang dilakukan *public relations* untuk mengetahui citra di mata publik/ masyarakat ?

Jawab : “Biasanya kami melihat dari beberapa kritik dan saran yang kami terima kemudian kami selalu merespon sebagai bentuk timbal balik”.

21. Apa yang dilakukan *public relations* sebagai upaya menciptakan citra positif Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo di masyarakat sekitar kantor?

Jawab : “Dengan ikut berpartisipasi dalam kegiatan sosial yang ada di masyarakat seperti takziah apabila ada warga yang meninggal dan mengirmkan perwakilan untuk mengikut kegiatan apabila di masyarakat sedang melaksanakan kegiatan”.

Wawancara dengan “NW” Pada tanggal 15 September 2015 pukul 14.00

1. Bagaimana sejarah berdirinya Dinas POPK

Jawab : “Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Sukoharjo Nomor 3 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah Kabupaten Sukoharjo (Lembaran Daerah Kabupaten Sukoharjo Tahun 2008 Nomor 3, Tambahan Lembaran Daerah Kabupaten Sukoharjo Nomor 157) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Daerah Kabupaten Sukoharjo Nomor 10 Tahun 2011 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kabupaten Sukoharjo Nomor 3 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah Kabupaten Sukoharjo (Lembaran Daerah Kabupaten Sukoharjo Tahun 2011 Nomor 10, Tambahan Lembaran Daerah Kabupaten Sukoharjo Nomor 189) Dinas Pemuda, Olah Raga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo yang mempunyai tugas pokok melaksanakan urusan pemerintahan daerah berdasarkan asas otonomi dan tugas pembantuan di bidang Pemuda, Olah Raga, Pariwisata dan Kebudayaan mulai berdiri pada tanggal 9 Januari 2009.

Sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya Dinas Pemuda, Olah Raga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo merupakan pengalihan sebagian urusan pemerintahan dari Dinas Pendidikan yaitu urusan pemerintahan Bidang Kepemudaan, Bidang Keolahragaan dan Bidang Kebudayaan sedangkan untuk urusan pemerintahan di Bidang Pariwisata merupakan pengalihan sebagian tugas dan fungsi dari Dinas Perhubungan, Informasi dan Komunikasi (dulu DLLAJR)”.

2. Bagaimana kedudukan *public relations* (humas) di Dinas POPK?

Jawab : “Sesuai dengan tupoksi Dinas POPK kedudukan *public relations* (humas) di Dinas POPK tidak begitu banyak, hanya memberikan informasi dan pelayanan kepada masyarakat sesuai dengan tupoksi Dinas POPK”.

3. Pihak mana saja yang terlibat kerjasama dengan Dinas POPK?

Jawab : “Pihak-pihak yang terlibat kerjasama banyak mbak, diantaranya adalah sebagai berikut : Dinas/Badan/Instansi terkait : Dinas pendidikan, Dishubinfokom, Disperindag, Dinas Koperasi dan UMKM, Bag. Sosial Setda dll. *Stakeholder* bidang Kepemudaan : Organisasi Pemuda (KNPI, PDPM, Nasyiatul Aisyiah, GP. Ansor, BNK dll). *Stakeholder* bidang Keolahragaan : Organisasi Olahraga (KONI, PASI Pengkab, PSSI Pengkab, IPSI Pengkab dll). *Stakeholder* dan Pelaku Usaha Pariwisata : Pengusaha Hotel, Restoran, Tempat Hiburan, Tempat Kebugaran, dll. *Stakeholder* bidang Kebudayaan : Sanggar/kelompok/grup/pelaku seni dan budayawan”.

4. Upaya apa yang dilakukan untuk membina hubungan kerjasama tersebut?

Jawab : “Melakukan koordinasi dengan *stakeholder* terkait secara rutin”.

5. Kegiatan apa yang dilaksanakan untuk membina kerjasama dengan pihak internal (Dinas POPK)?

Jawab : “Untuk membina hubungan kerjasama Kami biasanya melakukan pembinaan rutin mbak, selain untuk memantau kinerja tiap bidang pembinaan rutin juga kami jadikan sebagai wadah untuk saling menjalin komunikasi, silaturahmi dan kerjasama antar bidang. Kegiatan dalam pembinaan rutin biasanya berupa pelaporan rutin, pelatihan penyusunan laporan anggaran, sharing-sharing

maupun pelatihan-pelatihan untuk pegawai Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo”.

6. Kegiatan apa yang dilakukan untuk membina kerjasama dengan pihak eksternal?

Jawab : “Mengadakan rapat-rapat koordinasi dan pembinaan kepada *stakeholder*/mitra kerja terkait”.

7. Kegiatan apa saja yang melibatkan masyarakat sekitar Dinas POPK?

Jawab : “Kegiatan pelatihan dan lomba-lomba yang diadakan oleh Dinas POPK”.

8. Kegiatan apa yang dilakukan untuk membina kerjasama dengan pihak eksternal?

Jawab : “Mengadakan rapat-rapat koordinasi dan pembinaan kepada *stakeholder*/mitra kerja terkait”.

9. Kegiatan apa saja yang melibatkan masyarakat sekitar Dinas POPK?

Jawab : “Kegiatan pelatihan dan lomba-lomba yang diadakan oleh Dinas POPK”.

10. Upaya apa yang dilakukan untuk membentuk citra yang positif di mata publik/masyarakat?

Jawab : “Senantiasa menjalin kerjasama dan hubungan yang baik dengan masyarakat”.

Public relations sebagai communicator

11. Kegiatan apa yang dilakukan sebagai wujud pelaksanaan *public relations* sebagai *communicator*?

Jawab : “Kegiatan tersebut diantaranya penyampaian informasi baik untuk internal maupun eksternal”.

12. Informasi apa saja yang disampaikan/disebarluaskan kepada publik?

Jawab : “Informasi yang sering disampaikan kepada publik yaitu mengenai pengumuman-pengumuman kegiatan”.

13. Media apa saja yang digunakan untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat?

Jawab : “ Yang paling sering adalah dengan menggunakan surat resmi. Selain itu juga Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo bekerjasama dengan pihak Radio dan Televisi untuk menyebarkan informasi”.

Public relations sebagai relationship

14. Apa yang dilakukan oleh *public relations* Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo dalam rangka membina hubungan/kerjasama ?

Jawab : “Dalam membina hubungan kerjasama Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo mengadakan kegiatan-kegiatan yang ditujukan baik untuk publik internal maupun eksternal kantor”.

14. Kegiatan apa saja yang dilakukan dalam pelaksanaan *public relations* sebagai *relationship* untuk publik eksternal?

Jawab : “menjalin kerjasama dengan pers, menjalin kerjasama dengan *stakeholder*, dan juga menjalin kerjasama dengan instansi-instansi pemerintahan yang lain”.

15. Kegiatan apa saja yang dilakukan dalam pelaksanaan *public relations* sebagai *relationship* untuk publik internal?

Jawab : “pembinaan rutin untuk pegawai dan menjalin kerjasama antar bidang mbak biasanya”.

Public relations sebagai Back up management

16. Apa yang dilakukan oleh *public relations* dalam menunjang kegiatan promosi?

Jawab : “Dalam menunjang kegiatan promosi biasanya Dinas POPK bekerjasama dengan pers untuk meliput kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan, selain itu juga dengan menyebarkan informasi melalui beberapa media komunikasi”.

17. Bagaimana peran *public relations* dalam merumuskan program kerja ?

Jawab : “Peran *public relations* dalam merumuskan program kerja yaitu dengan melakukan proses yang sistematis dari perencanaan hingga evaluasi kegiatan”.

Public relations sebagai Good image maker

18. Upaya apa yang dilakukan untuk membentuk citra yang positif di mata publik/masyarakat?

Jawab : “Senantiasa menjalin kerjasama dan hubungan yang baik dengan masyarakat”.

19. Apa yang dilakukan *public relations* sebagai upaya menciptakan citra positif Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo di masyarakat sekitar kantor?

Jawab : “berpartisipasi dalam kegiatan sosial yang ada di masyarakat seperti takziah, ikut serta apabila masyarakat mengadakan kegiatan, membantu masyarakat apabila ada yang tertimpa musibah”.

Wawancara dengan “JI” Pada tanggal 8 september 2015 pukul 10.00

Public relations (Humas) sebagai communicator

20. Siapa saja pihak-pihak yang menjadi sasaran dalam penyebaran informasi?

Jawab : “Sasaran Kami dalam menyebarkan informasi yang utama adalah masyarakat, kemudian *stakeholder* dan pihak-pihak yang terkait”.

21. Informasi apa saja yang disebarluaskan oleh *public relations* ?

Jawab : “Informasi yang Kami sampaikan kepada masyarakat yaitu informasi mengenai program-program kegiatan yang ada di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo”.

22. Media komunikasi apa yang digunakan oleh *public relations* untuk menyebarkan informasi kepada publik?

Jawab : “Media komunikasi yang digunakan ada media komunikasi langsung dan tidak langsung mbak”.

23. Apa saja media komunikasi langsung yang digunakan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo dalam pelaksanaan *public relations*?

Jawab : “Media komunikasi langsung yang Kami gunakan yaitu dalam kegiatan rapat staff, apel pagi, penyampaian informasi kepada instansi lain, masyarakat serta dalam kegiatan sosial di masyarakat”.

24. Apa saja media komunikasi tidak langsung yang digunakan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo dalam pelaksanaan *public relations*?

Jawab : “Untuk media komunikasi tidak langsung Kami menggunakan surat, telepon, *e-mail*, *website*, ada juga poster, *booklet*, dan CD Profil. Akan tetapi CD Profil untuk saat ini hanya digunakan

oleh Bidang Pariwisata yang bertujuan untuk mempromosikan obyek wisata”.

25. Siapa saja yang terlibat mengelola media ?

Jawab : “Kalau untuk surat edaran biasanya masing-masing bidang yang mengurus, tapi kalau informasi yang di *website*, *facebook*, *twitter*, dan *pamflet* biasanya oleh mas budi (staff bidang pariwisata) .”

26. Apa saja yang menjadi pertimbangan dalam pemilihan media?

Jawab : “pertimbangannya adalah SDM yang ahli dalam mengelola sangat terbatas.”

Public relations sebagai relationship

27. Pihak-pihak mana saja yang terlibat kerjasama dengan Dinas POPK

Kabupaten Sukoharjo?

Jawab : “Pihak-pihak yang terlibat kerjasama dengan Dinas POPK khususnya bidang pariwisata adalah pelaku pariwisata yang terdiri dari Asosiasi Travel (ASITA), Persatuan Hotel Republik Indonesia (PHRI), Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dan instansi-instansi pemerintah. Selain itu kegiatan membina hubungan kerjasama juga dilakukan Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo dengan melakukan kerjasama melibatkan pers”.

28. Upaya apa yang dilakukan dalam membina hubungan kerjasama tersebut?

Jawab : “Melakukan komunikasi dan melibatkan pihak-pihak tersebut dalam berbagai kegiatan maupun pertemuan rutin. Membina hubungan kerjasama dengan stakeholder tidak hanya dilakukan pada saat ada kegiatan saja akan Dinas POPK Kabupaten

Sukoharjo juga memiliki agenda pertemuan khusus dengan *stakeholder*”

29. Kegiatan apa saja yang dilaksanakan untuk membina hubungan kerjasama dengan pihak internal ?

Jawab : “Dengan melaksanakan kegiatan rutin bersama seperti apel pagi pada hari senin, senam atau jalan sehat pada hari jum’at selain itu juga rapat koordinasi yang dipimpin oleh bapak kepala dengan melibatkan bidang-bidang yang ada di POPK”

30. Kegiatan apa saja yang dilakukan untuk membina hubungan dengan masyarakat sekitar Dinas POPK?

Jawab : “Biasanya adalah kegiatan sosial seperti melayat apabila ada yang meninggal mbak.”

31. Kegiatan apa saja yang melibatkan masyarakat luar?

Jawab : “Kalau dari bidang pemuda misalnya pemilihan duta wisata kabupaten sukoharjo mbak, kami selalu melibatkan masyarakat terutama pemuda-pemuda agar dapat mengikuti kegiatan tersebut.”

32. Pelayanan apa saja yang diberikan kepada masyarakat ?

Jawab : “Biasanya di Dinas POPK melayani apabila masyarakat membutuhkan surat rekomendasi. Misalnya di bagian pariwisata membuat surat rekomendasi untuk organisasi karangtaruna yang meminta surat dispensasi untuk keringanan tiket masuk obyek wisata.”

Public relations sebagai Back Up Management

33. Apa yang dilakukan *public relations* dalam menunjang kegiatan promosi di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo?

Jawab : “untuk menunjang kegiatan promosi biasanya Kami bekerjasama dengan pers misalnya siara radio, siaran televisi, dan juga memuat berita-berita mengenai kegiatan yang dilaksanakan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo di surat kabar. Kami juga melakukan kegiatan *talkshow* yang disiarkan di stasiun TATV maupun radio, kegiatan *talkshow* yang dilaksanakan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo sangat bermanfaat dalam mempromosikan Dinas POPK Kabupaten kepada masyarakat”.

34. Apa yang dilakukan oleh *public relations* dalam menunjang kegiatan personalia di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo?

Jawab : “Misalnya berkoordinasi dengan kasubag program untuk berkoordinasi mengenai program-program yang akan dilaksanakan, selain itu kami juga bekerjasama dengan kasubag kepegawaian apabila ada pegawai yang mutasi.”

35. Bagaimana cara *public relations* merumuskan program kerja?

Jawab: “Program kerja yang kami rumuskan merupakan hasil dari analisis kebutuhan masyarakat yang didapat dari masukan-masukan masyarakat, kemudian apa yang diinginkan oleh masyarakat tersebut kami tampung dan yang bisa kami jadikan program kegiatan maka akan kami koordinasikan dengan Kepala Dinas POPK, sub bagian program, dan sub bagian keuangan, apabila sekiranya program tersebut dapat diterima maka kami akan menyusun program tersebut agar dapat terlaksana, agar program tersebut dapat berjalan berkelanjutan kami juga melakukan evaluasi baik dengan pihak-pihak yang terlibat maupun secara intern.”

36. Bagaimana *public relations* menampung adanya kritik dan saran dari masyarakat?

Jawab : “Kritik dan saran dari masyarakat biasanya bisa disampaikan langsung dengan mendatangi Dinas POPK, bisa juga melalui telepon, sms atau melalui kotak saran yang sudah kami sediakan mbak.”

37. Bagaimana cara *public relations* mengevaluasi kegiatan yang sudah dilaksanakan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo?

Jawab : “Evaluasi yang kami lakukan seperti yang sudah saya jelaskan tadi mbak, evaluasi kami lakukan biasanya melibatkan pihak-pihak terkait dalam pelaksanaan kegiatan dan juga evaluasi secara intern. Kalau evaluasi yang melibatkan pihak-pihak terkait dalam pelaksanaan kegiatan dilakukan ketika selesai pelaksanaan kegiatan, sedangkan untuk evaluasi secara intern biasanya dilaporkan pada rapat koordinasi dengan bidang-bidang lain.”

Public relations sebagai good image maker

38. Kegiatan apa yang dilakukan Dinas POPK untuk membentuk opini positif dari publik/masyarakat sekitar kantor?

Jawab : “Kegiatan sosial seperti melayat apabila ada yang meninggal, kemudian apabila masyarakat sekitar mempunyai kegiatan kami sebisa mungkin ikut berpartisipasi.”

39. Bagaimana upaya *public relations* (humas) untuk mengetahui penilaian dari masyarakat terhadap Dinas POPK?

Jawab : “Biasanya kami melihat dari adanya kritik dan saran yang masuk di Kantor Dinas POPK, apabila kritik dan saran yang kami terima tidak banyak itu berarti kinerja kami di masyarakat sudah dinilai baik.”

40. Bagaimana strategi yang dilakukan *public relations* untuk membentuk citra positif Dinas POPK?

Jawab : “Strategi secara khusus sebenarnya tidak ada mbak, akan tetapi kami selalu berusaha agar tidak ada permasalahan yang terjadi di Dinas POPK dengan selalu melakukan koordinasi, apabila ada permasalahan maka akan segera diselesaikan secara musyawarah sehingga tidak terdengar oleh pers yang akhirnya sampai ke publik. Dengan tidak adanya permasalahan yang muncul di masyarakat maka masyarakat akan menilai positif Dinas POPK.”

Faktor-faktor pendukung pelaksanaan *public relations*

41. Apa faktor pendukung dalam pelaksanaan *public relations* di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo?

Jawab : “Kerjasama secara intern dan semua pihak yang berkepentingan”.

Faktor-faktor penghambat *public relations*

42. Apa faktor penghambat dalam pelaksanaan *public relations* di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo?

Jawab : “Faktor penghambatnya adalah belum dibentuk secara khusus yang menangani *public relations*, kurangnya SDM yang ahli dalam media online, serta terbatasnya anggaran”.

Upaya yang dilakukan dalam mengatasi faktor-faktor penghambat

43. Upaya apa yang dilakukan dalam mengatasi faktor-faktor penghambat tersebut?

Jawab: “Upaya yang dilakukan adalah yang pertama meskipun tidak ada bagian yang secara khusus sebagai *public relations* akan tetapi kegiatan yang berhubungan dengan *public relations* tersebut tetap dilaksanakan karena *public relations* sangat dibutuhkan sebagai penghubung Dinas POPK dengan masyarakat maupun dengan pihak-pihak terkait. Sedangkan untuk masalah anggaran kami selalu berupaya untuk melibatkan sponsor dalam pelaksanaan kegiatan sehingga mendapat pemasukan dari sponsor untuk pelaksanaan kegiatan”.

Lampiran 3.

	Pedoman Observasi	
--	------------------------------	--

PEDOMAN OBSERVASI

NO	HAL YANG DIAMATI	HASIL PENGAMATAN
1.	Kondisi fisik Kantor Dinas POPK: <ul style="list-style-type: none"> a. Bangunan b. Tempat parkir c. Kantin d. Mushola e. Fasilitas 	
2.	Terdapat pusat informasi	
3.	Memiliki nomer telepon konsumen yang dapat dihubungi oleh masyarakat	
4.	Terdapat <i>website</i> untuk mempermudah memperoleh informasi	
5.	Memiliki pedoman pelaksanaan kehumasan	
6.	Menggunakan media cetak seperti : Pamflet, Surat Kabar, Booklet dll untuk menyebarkan informasi	

7.	Memasang Baliho atau spanduk sebagai informasi publik	
8.	Menggunakan jaringan internet untuk mempermudah penyebaran informasi	
9.	Memiliki mitra media massa untuk menyebarkan informasi	

Lampiran 4.

	Hasil Observasi	
--	----------------------------	--

HASIL OBSERVASI

Hari/ Tanggal : Kamis, 26 Februari 2015

Tempat : Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo

NO	HAL YANG DIAMATI	HASIL PENGAMATAN
1.	Kondisi fisik Kantor Dinas POPK: f. Bangunan g. Tempat parkir h. Kantin i. Mushola j. Fasilitas	a. Kondisi bangunan Kantor Dinas POPK cukup bagus dan merupakan bangunan permanen. Memiliki 9 ruangan yang masing-masing digunakan untuk Ruang Kepala Dinas, Ruang Sekretaris, Ruang Kesekretariatan, Ruang Bidang Pemuda, Ruang Bidang Olahraga, Ruang Bidang Pariwisata, Ruang Bidang Kebudayaan, Ruang Perencanaan dan Ruang Aula. Kantor Dinas POPK memiliki 2 akses pintu masuk yaitu dari depan yang berbatasan langsung dengan jalan veteran dan alun-alun Kabupaten Sukoharjo dan akses dari pintu belakang. b. Tempat parkir digunakan untuk parkir sepeda motor pegawai Dinas POPK maupun tamu. Tempat parkir terletak disebelah pintu masuk belakang. c. Kamar mandi dibedakan menjadi dua

		<p>yaitu kamar mandi laki-laki dan perempuan yang berada di samping ruang kesekretariatan.</p> <p>d. Kantin berada di samping mushola dan dikelola oleh penjaga Kantor Dinas POPK.</p> <p>e. Mushola berada diantara kamar mandi dan kantin</p> <p>f. Halaman Kantor Dinas POPK masih terbilang sempit dan fungsinya merangkap sebagai tempat parkir mobil pegawai. Halaman ini juga digunakan untuk kegiatan apel pagi dan senam.</p>
2.	Terdapat pusat informasi	Ya, Pusat Informasi yang ada di Dinas POPK berpusat di Kesekretariatan.
3.	Memiliki nomor telepon konsumen yang dapat dihubungi oleh masyarakat	Ya, nomor telepon Dinas POPK yang dapat dihubungi oleh masyarakat adalah (0271) 593023
4.	Terdapat <i>website</i> untuk mempermudah memperoleh informasi	Ya, <i>website</i> Dinas POPK yaitu www.dinaspopk.sukoharjokab.go.id , akan tetapi <i>website</i> ini pengelolaanya tidak rutin. Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo juga

		memiliki alamat <i>e-mail</i> yaitu dinaspopk@sukoharjo.go.id
5.	Memiliki pedoman pelaksanaan kehumasan	Tidak, pelaksanaan kehumasan berjalan sesuai dengan kepentingan masing-masing bidang.
6.	Menggunakan media cetak seperti : Pamflet, Surat Kabar, <i>Booklet</i> dll untuk menyebarkan informasi	Ya, Dinas POPK menggunakan media cetak seperti Poster, dan <i>Booklet</i> untuk menyebarkan informasi kepada publik.
7.	Memasang Baliho atau spanduk sebagai informasi publik	Ya, terdapat baliho <i>tourism map</i> yang di pasang di alun-alun dan beberapa tempat yang strategis lainnya.
8.	Menggunakan jaringan internet untuk mempermudah penyebaran informasi	Ya, Kantor Dinas POPK sudah memasang <i>wifi</i> yang digunakan untuk mempermudah mencari dan menyebarkan informasi.
9.	Memiliki mitra media massa untuk menyebarkan informasi	Ya, Dinas POPK bermitra dengan media massa baik elektronik maupun cetak diantaranya TATV, Radio RSPD, dan Koran Solopos.

Lampiran 5.

	Daftar Pegawai	
--	---------------------------	--



PEMERINTAH KABUPATEN SUKOHARJO
DINAS PEMUDA, OLAHRAGA, PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
 Jl. Veteran No. 9 Sukoharjo. Telp (0271)593023 Fax. 593023 Kode Pos 57511

DAFTAR PEGAWAI
DINAS PEMUDA, OLAHRAGA, PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
KABUPATEN SUKOHARJO

NO	NAMA	NIP
Unit Kerja : Sekretariat		
1.	Suranto, SE	NIP. 19581111 198607 1 001
2.	Drs. Joko Mulyono, M.Si	NIP. 19610610 198503 1 014
3.	Drs. Suparna, M.Si	NIP. 19660608 199403 1 013
4.	Dra. Nurul Wachidah	NIP. 19650908 199203 2 003
5.	Sulastri, SE	NIP. 19690513 199612 2 001
6.	Zakiyah Wijayanti, SH	NIP. 19660525 199203 2 005
7.	Riyanto	NIP. 19600116 198403 1 003
8.	Wafi Amrina Rosyada. A.Md	NIP. 19820316 201001 2 021
9.	Indartiningih, A.Md	NIP. 19821026 201101 2 004
Unit Kerja : Bidang Kepemudaan		
1.	Drs. Hartana, M.Pd	NIP. 19610124 198304 1 001
2.	Sugeng Maryanto, SH	NIP. 19650705 199403 1 012
3.	Hari Gunanto, S. STP	NIP. 19810210 199912 1 001
4.	Sri Sedyaka	NIP. 19620728 198603 1 015
5.	Budi Wiyanto	NIP. 19610307 199103 1 008
6.	Sumardi	NIP. 19670905 199802 1 002
7.	Sugiyanto	NIP. 19670905 199802 1 003
8.	Sutarto	NIP. 19660518 198603 1 005
9.	Bagus Palapa, A.Md	NIP. 19781210 201001 1 019
Unit Kerja : Bidang Keolahragaan		
1.	Drs. Agus Sena Marjaka	NIP. 19650808 199203 1 015
2.	Drs. Marwan, MM	NIP. 19640805 198608 1 003
3.	Drs. Abdul Rohman	NIP. 19600906 198802 1 002
4.	Bambang Haryono, S.Pd, MM	NIP. 19610105 198304 1 004
5.	Drs. M. Nugroho Dwitomo	NIP. 19591218 198603 1 012
6.	Jewarsi, SE	NIP. 19650312 198903 2 014
7.	Achmad Chaeroni	NIP. 19580622 198003 1 012
8.	Sri Suyamti	NIP. 19880420 200903 2 002
9.	Thomas Widyananto	NIP. 19770124 200903 1 003
Unit Kerja : Bidang Pariwisata		
1.	Sri Joko Indarto, SE, M.Hum	NIP. 19670605 199503 1 003
2.	Drs. Edy Joko Mulyadi, M.Pd	NIP. 19580929 198703 1 004

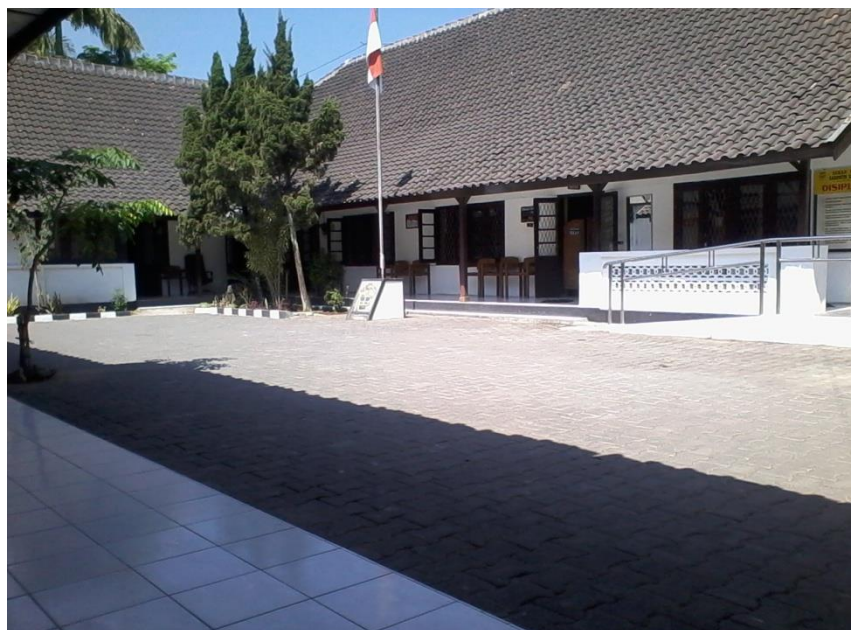
3.	Taufiq Noorochman, SH	NIP. 19600503 199103 1 006
4.	Saswito, S.Sos, MM	NIP. 19670502 199003 1 003
5.	Dedi Prasetyo, A.Md	NIP. 19851229 201001 1 019
6.	Suharti	NIP. 19740504 200701 2 012
7.	Suyatmi	NIP. 19760424 200801 2 017
8.	Tuti Aheni	NIP. 19660101 200901 2 001
9.	Suwardi	NIP. 19711204 200901 1 004
Unit Kerja : Bidang Kebudayaan		
1.	R. Liliek Dwi Purwito, SE, M.Si	NIP. 19660701 199103 1 010
2.	Agus Dwi Atmanto, SH, M.H	NIP. 19620824 199003 1 010
3.	Y. Sri Raharjo, S.Sen	NIP. 19670429 199412 1 006
4.	Radiyatmoko, S.Sen	NIP. 19620701 199403 1 006
5.	Rochmaeny, SE	NIP. 19640511 198603 2 011
6.	Antonius Bimo Wijanarko	NIP. 19660121 198803 1 010
7.	Sutarno, S.Kar	NIP. 19580610 198802 1 001
8.	Ign. Bambang Sutejo	NIP. 19610729 198003 1 001
9.	Mia Adiati Al Fitroh, S.S	NIP. 19811222 200903 2 003

KEPALA DINAS PEMUDA, OLAHRAGA
PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
KABUPATEN SUKOHARJO

SURAMTO, SE
Pembina Tingkat I
NIP. 19581111 198607 1 001

Lampiran 6.

	Dokumentasi	
--	--------------------	--





Gambar 4. Booklet Pariwisata Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo

Ikuti Dan Saksikan ...

PEMILIHAN

MAS & MBAK

KABUPATEN SUKOHARJO TAHUN 2010

Persyaratan Peserta

- Photo Copy KTP Sukoharjo
- Daftar Riwayat Hidup
- Pas Photo 3x4 & 4x6
(Berwarna & Hitam Putih 2 Lembar)
- Photo Close Up Seluruh Badan Berwarna
(Ukuran Post Card 2 Lembar)
- Usia 17 - 24 Tahun
- Belum Menikah
- Pendidikan Min SMU / SMK
atau Sederajat
- Tinggi Badan :
Pria Min : 165 cm
Wanita Min : 160 cm

Pendaftaran
02 Agustus s/d 08 September 2010
Di Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata
dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo
Jl. Veteran No. 9 Sukoharjo
Pada jam kerja 07.30 - 13.00 WIB

Contact Person :
Paguyuban MMS : Dodik (0856 4242 4244)
Dinas POPK : (0271) 593023



BABAK GRAND FINAL
Sabtu, 02 Oktober 2010
Jam 19.00 WIB
di Gedung Budi Sasono
Kabupaten Sukoharjo




Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata, dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo

Gambar 5. Poster Kegiatan



Gambar 6. Website Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo



Gambar 7. CD Profile Pariwisata Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo

Lampiran 7.

	<p>Surat Ijin Penelitian dan Surat Keterangan</p>	
--	--	--



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Alamat: Karangmalang Yogyakarta 55281
Telp. (0274) 586168 Ext. 817 Fax. (0274) 554902
Website : <http://www.fe.uny.ac.id> e-mail : fe@uny.ac.id

Nomor : 390 /UN34.18/LT/2015
Hal : Permohonan Ijin Observasi

24 Februari 2015

Yth. Kepala BAPPEDA Kabupaten Sukoharjo
Jalan Jenderal Sudirman No. 199 Sukoharjo
JAWA TENGAH

Kami sampaikan dengan hormat permohonan Ijin Observasi dalam rangka penulisan Tugas Akhir Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Niken Wulanjari
NIM : 11402241048
Jurusan/Prodi : Pendidikan Administrasi Perkantoran
Maksud/Tujuan : Ijin Observasi Pra Penelitian
Judul : "Pelaksanaan *Public Relation* di Dinas Pariwisata Kabupaten Sukoharjo"

Demikian atas kerjasama dan ijinnya diucapkan terima kasih.



Drs. Wuhadi, M.M.
NIP. 19550101 198103 1 006

Tembusan :
1. Mahasiswa yang bersangkutan;
2. Arsip Jurusan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Alamat: Karangmalang Yogyakarta 55281
Telp. (0274) 586168 Ext. 817 Fax. (0274) 554902
Website : <http://www.fe.uny.ac.id> e-mail : fe@uny.ac.id

Nomor : 1603 /UN34.18/LT/2015
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

14 Agustus 2015


Yth. Kepala Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Sukoharjo
Jl. Veteran No. 9 Sukoharjo
J A W A T E N G A H

Kami sampaikan dengan hormat kepada Bpk/Ibu, bahwa mahasiswa dari Jurusan Pendidik Administrasi/Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran angkatan 2011 bermaksud mencari data untuk keperluan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi, adapun mahasiswa tersebut adalah :

Nama : Niken Wulanjari
NIP : 11402241048
Jurusan/Prodi : Pendidikan Administrasi Perkantoran
Maksud/Tujuan : Ijin Penelitian
Judul Penelitian : "Pelaksanaan Public Relations di Kantor Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo"

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bpk/Ibu berkenan memberi ijin dan bantuan seperlunya.

Demikian atas ijin dan bantuannya diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan I,

DRS Nurhadi, M.M.
NIP. 19550101 198103 1 006

Tembusan :
1. Dosen yang bersangkutan;
2. Arsip Jurusan


BADAN PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN PERIZINAN

Jalan Kyai Mawardi No. 1 Sukoharjo Telepon (0271) 590244, 593068

 Website : www.sukoharjokab.go.id, Email : bpmpp@sukoharjokab.go.id
SURAT IZIN PRA PENELITIAN/ SURVEI PENDAHULUAN
NOMOR: 050/IP/126/VIII/2015
TENTANG
PELAKSANAAN PUBLIC RELATIONS DI KANTOR DINAS PEMUDA, OLAHRAGA, PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN SUKOHARJO

- Dasar :
1. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah-Daerah Kabupaten dalam Lingkungan Propinsi Jawa Tengah;
 2. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
 3. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;
 4. Peraturan Daerah Kabupaten Sukoharjo Nomor 8 Tahun 2010 tentang Penyelenggaraan Pendidikan;
 5. Peraturan Bupati Nomor 4 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Sebagian Kewenangan di Bidang Perizinan dan Non Perizinan kepada Kepala Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Kabupaten Sukoharjo;
 6. Surat Permohonan Pelaksanaan Penelitian dari Dekan Fakultas Ekonomi UNY. No:1604/UN34.18/LT/2015.

MENGIZINKAN:

Kepada :
 Nama : NIKEN WULANJARI
 Pekerjaan : Mahasiswi Universitas Negeri Yogyakarta. Nim:11402241048
 Alamat : Dk. Padasan Rt.02 Rw.07 Ds. Mranggen, Kec. Polokarto, Kab. Sukoharjo
 Penanggung Jawab : Sutirman, M.Pd.
 Selaku : Pembimbing
 Alamat : Karangmalang, Yogyakarta 55281
 Untuk : Melakukan penelitian/ survei untuk pembuatan skripsi tentang "PELAKSANAAN PUBLIC RELATIONS DI KANTOR DINAS PEMUDA, OLAHRAGA, PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN SUKOHARJO"
 Obyek Lokasi : Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Sukoharjo

SURAT IZIN PRA PENELITIAN/ SURVEI PENDAHULUAN ini berlaku dari 21 Agustus 2015 s.d 21 November 2015.

Dengan ketentuan-ketentuan, sebagai berikut:

1. Sebelum pelaksanaan kegiatan, terlebih dahulu melapor kepada Pejabat setempat/ lembaga swasta yang akan dijadikan obyek lokasi untuk mendapatkan petunjuk seperlunya;
2. Penelitian/ survei tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan keamanan masyarakat/ pemerintah;
3. Surat izin ini dapat dicabut dan dinyatakan tidak berlaku jika pemegang surat ini tidak menaati/ mengindahkan peraturan yang berlaku/ pertimbangan lain.
4. Setelah penelitian/ survei selesai, supaya menyerahkan copy hasilnya kepada Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Sukoharjo.

Ditetapkan di Sukoharjo

tanggal 21 Agustus 2015



TEMBUSAN: Keputusan ini disampaikan Kepada Yth:

1. Kepala Bappeda Kab. Sukoharjo di Sukoharjo;
2. Kepala Kesbangpol Kab. Sukoharjo di Sukoharjo;
3. Kepala Dispora. Kab. Sukoharjo di Sukoharjo;
4. Yang bersangkutan;
5. Arsip.



PEMERINTAH KABUPATEN SUKOHARJO
DINAS PEMUDA, OLAH RAGA, PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN

Jl. Veteran No. 9 Sukoharjo Telp. (0271) 593023 Fax. 593023 Kode Pos 57511

SURAT KETERANGAN

Nomor : 045.2 / 386 / 2015

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Drs. JOKO MULYONO, M.Si
 NIP : 19610610 198503 1 014
 Pangkat/ golongan : Pembina Tingkat I/ IV/b
 Jabatan : Sekretaris Kepala Dinas Pemuda, Olah Raga, Pariwisata dan Kebudayaan
 Kabupaten Sukoharjo

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : NIKEN WULANJARI
 No.Mhs : 11402241048
 Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Yogyakarta (UNY)
 Fakultas Ekonomi

Yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian di Dinas Pemuda, Olah Raga, Pariwisata dan Kebudayaan pada tanggal 21 Agustus sampai dengan 16 September 2015 untuk penyusunan Skripsi dengan judul : "Pelaksanaan *Public Relations* di Kantor Dinas Pemuda, Olah Raga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo."

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Sukoharjo, 16 September 2015
 A.n.KEPALA DINAS PEMUDA, OLAH RAGA
 PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
 KABUPATEN SUKOHARJO

SEKRETARIS
 DINAS PEMUDA, OLAH RAGA,
 PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
 KABUPATEN SUKOHARJO

Drs. JOKO MULYONO, M.Si
 Pembina Tingkat I
 NIP. 19610610 198503 1 014