

**PERAN *MEDIA CENTER* HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PUBLIK BAGI MASYARAKAT DAN
PEMERINTAH KABUPATEN KULON PROGO**

SKRIPSI

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



Oleh:
ELVIKA PUTRI DINANTI
NIM. 12402244025

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN ADMINISTRASI PERKANTORAN
JURUSAN PENDIDIKAN ADMINISTRASI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2017**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERAN *MEDIA CENTER* HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN SEBAGAI
MEDIA KOMUNIKASI PUBLIK BAGI MASYARAKAT DAN PEMERINTAH
KABUPATEN KULON PROGO**

SKRIPSI

Oleh:

**ELVIKA PUTRI DINANTI
NIM. 12402244025**

Telah disetujui dan disahkan pada tanggal 29 Desember 2016
Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran
Jurusan Pendidikan Administrasi
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta



Disetujui,
Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Siti Umi Khayatun M., M.Pd.", written in a cursive style.

Siti Umi Khayatun M., M.Pd.
NIP. 19801207 200604 2 002

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERAN *MEDIA CENTER* HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN SEBAGAI
MEDIA KOMUNIKASI PUBLIK BAGI MASYARAKAT DAN PEMERINTAH
KABUPATEN KULON PROGO**

Oleh :

Elvika Putri Dinanti
NIM. 12402244025

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi
Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
Pada Tanggal 12 Januari 2017 dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan

DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Drs. Purwanto, MM., M.Pd.	Ketua Penguji		24-01-2017
Siti Umi Khayatun M., S.Pd., M.Pd.	Sekretaris Penguji		20-01-2017
Muslikhah Dwihartanti, SIP., M.Pd.	Penguji Utama		18-01-2017

Yogyakarta, 24 Januari 2017

Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
Dekan,



Dr. Sugharsono, M.Si

NIP. 19550328 198303 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elvika Putri Dinanti
NIM : 12402244025
Program Studi : Pendidikan Administrasi Perkantoran
Fakultas : Ekonomi
Judul : Peran *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten
sebagai Media Komunikasi Publik bagi Masyarakat dan
Pemerintah Kabupaten Kulon Progo

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, 26 September 2016

Yang menyatakan,



Elvika Putri Dinanti
NIM. 12402244025

MOTTO

*“Barangsiapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu adalah
untuk dirinya sendiri.”*

(QS Al-Ankabut [29]: 6)

*“Dimanapun engkau berada selalulah menjadi yang terbaik dan berikan yang
terbaik dari yang bisa kita berikan”*

(BJ. Habibie)

*“Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit
kembali setiap kali kita jatuh”*

(Confusius)

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dalam penyelesaian tugas akhir skripsi ini sebagai persyaratan memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Ayahanda Sukardi, Ibunda Tentrem, A.Ma.Pd., dan Adik Oki Elvita Sari yang tercinta, yang dengan penuh kesabaran, pengorbanan dan kasih sayang serta doa yang senantiasa dipanjatkan kepada Allah SWT sehingga saya tidak pernah menyerah dalam mengerjakan skripsi ini.
2. Almamaterku Universitas Negeri Yogyakarta Fakultas Ekonomi Jurusan Pendidikan Administrasi.

**PERAN *MEDIA CENTER* HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PUBLIK BAGI MASYARAKAT DAN
PEMERINTAH KABUPATEN KULON PROGO**

Oleh:

Elvika Putri Dinanti
NIM. 12402244025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *Media Center* Humas Pemerintah sebagai media komunikasi publik bagi masyarakat dan Pemerintah Kabupaten Kulon Progo.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Informan kunci (*key informan*) penelitian yaitu Kepala Sub Bagian Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo dan pengelola *Media Center* Humas. Informan pendukung yaitu wartawan senior dan masyarakat Kulon Progo. Pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan *Model Interaktif Miles and Huberman*. Keabsahan data ditentukan menggunakan teknik triangulasi sumber dan teknik.

Hasil penelitian menunjukkan sebagai berikut: 1) *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo dalam memberikan penerangan kepada masyarakat dengan membangun berbagai media, yaitu: media cetak, media elektronik dan media *online*. 2) Persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat dimulai dari pengelolaan informasi yang tepat di *Media Center*, berdasarkan Standar Operasional Prosedur (SOP), dimulai dari adanya berita kemudian membuat *press release* dan terakhir menginformasikan kepada media dan masyarakat/publik. 3) Pelaksanaan komunikasi dua arah dilakukan melalui program Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, yaitu: forum “Bupati Menyapa”, “Kamis” dan *Press Tour* Daerah. 4) *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo dalam mengevaluasi sikap dan opini publik dengan memanfaatkan teknologi dan informasi dengan membentuk layanan pengaduan masyarakat berupa SEMAR (Sistem Aduan Masyarakat Kabupaten Kulon Progo).

Kata kunci: Peran *Media Center*, Komunikasi Publik

**THE ROLE OF GOVERNMENTS PUBLIC RELATIONS MEDIA CENTER
AS A MEDIUM OF PUBLIC COMMUNICATION FOR THE COMMUNITY
AND THE GOVERNMENTS OF KULON PROGO**

By:

Elvika Putri Dinanti
NIM. 12402244025

ABSTRACT

This study aims to determine the role of Governments Public Relations Media Center as a medium of public communication for the community and the Governments of Kulon Progo.

This research is a descriptive study by applying qualitative approach. Key informants of this research are Head of Sub Division Government Public Relations of Kulon Progo Local Governments and Media Center Staff. Supporting informants of this research are a Senior Journalist and Kulon Progo community. The techniques of data collection of this research were observation, interview, and documentation. The data were being analysed using Interactive Model Miles and Huberman. The data reliability of this research was determined using resource and technique of triangulation method.

The results reveal that: 1) Governments Public Relations Media Center in providing information to the community by building a variety of media, that is: print media, electronic media and online media. 2) Persuasion to change attitudes and actions of society starting from the management right information at the Media Center, based on the Standard Operating Procedures (SOP), starting from the news then make press releases and the latest inform the media and the public. 3) The implementation of two-way communication is done through a government program Kulon Progo, namely: the forum "Bupati Menyapa", "Kamis" and Press Tour Regions. 4) Governments Public Relations Media Center in evaluating attitudes and public opinion by making use of technology and information services by establishing a public complaint from SEMAR (Public Complaints System Kulon Progo).

Keywords: *The Role of the Media Center, Public Communication*

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang memberi rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Peran *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten sebagai Media Komunikasi Publik bagi Masyarakat dan Pemerintah Kabupaten Kulon Progo”.

Dalam penyusunan skripsi ini tentunya penulis banyak memperoleh bantuan dan dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd., MA., Rektor Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi.
2. Bapak Dr. Sugiharsono, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan izin dari kegiatan penulisan proposal hingga pelaksanaan ujian skripsi.
3. Bapak Joko Kumoro, M.Si., Ketua Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberi kelancaran pelaksanaan penelitian dan izin untuk menyelesaikan penulisan skripsi.
4. Bapak Drs. Purwanto, MM., M.Pd., Ketua Penguji yang telah berkenan memberikan dukungan dan saran untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi.

5. Ibu Siti Umi Khayatun Mardiyah, M.Pd., Dosen Pembimbing Penulisan Skripsi yang telah membimbing dan membantu penulis sampai penelitian dan penulisan skripsi ini terselesaikan dengan baik.
6. Ibu Muslikah Dwihartanti, M.Pd., Dosen Narasumber yang telah memberikan ilmu, masukan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Program Pendidikan Administrasi Perkantoran yang telah memberikan banyak ilmu.
8. Ibu Arning Rahayu, SIP., Kepala Bagian Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian sekaligus sebagai informan penelitian yang ramah dan memberikan informasi yang lengkap.
9. Bapak Akhmad Tribiyanto, ST, pengelola *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo dan Bapak/Ibu pegawai di *Media Center* Humas Kulon Progo, terimakasih telah menjadi informan penelitian yang baik dan membantu selama penelitian berlangsung.
10. Bapak Sri Widodo, Ketua Paguyuban Wartawan Kulon Progo (PWKP) dan para jurnalis/wartawan di *Media Center* Humas Kulon Progo dan masyarakat Kulon Progo yang telah memberikan informasi tambahan selama penelitian.
11. Keluarga, teman-teman Pendidikan Administrasi Perkantoran khususnya kelas B angkatan 2012, Emely, sahabat-sahabat terbaik (Distika, Indra, Bagas dan Fafa), KKN 2183, PPL SMK Muh 2 Moyudan, yang selalu mendoakan dan memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi.

12. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kesempurnaan, semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan di bidang kehumasan dan dapat dijadikan bahan referensi bagi pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 26 September 2016



Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI	11
A. Deskripsi Teori	11
1. <i>Media Center</i> Humas	11
a. Hubungan Masyarakat (Humas)	11
1) Definisi Hubungan Masyarakat (Humas)	11
2) Fungsi Hubungan Masyarakat (Humas)	13
3) Model-model Hubungan Masyarakat (Humas)	15
b. <i>Media Center</i>	19
1) Definisi <i>Media Center</i>	19
2) Arti Penting <i>Media Center</i>	21
3) Peran <i>Media Center</i>	24
4) Fungsi <i>Media Center</i>	26

5) Organisasi <i>Media Center</i>	27
6) Komponen Kelembagaan <i>Media Center</i>	29
7) Mekanisme Kerja <i>Media Center</i>	31
2. Media Komunikasi Publik	35
a. Definisi Media Komunikasi Publik	35
b. Karakteristik Media Komunikasi Publik	37
c. Bentuk Media Komunikasi Publik	43
d. Fungsi Media Komunikasi Publik	55
e. Efek Media Komunikasi Publik	59
B. Hasil Penelitian yang Relevan	61
C. Kerangka Pikir	63
D. Pertanyaan Penelitian	66
BAB III METODE PENELITIAN	67
A. Desain Penelitian	67
B. Subjek Penelitian	67
C. Tempat dan Waktu Penelitian	68
D. Definisi Operasional Variabel	69
E. Teknik Pengumpulan Data	70
F. Instrumen Penelitian	71
G. Teknik Analisis Data	73
H. Teknik Keabsahan Data	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	77
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	77
1. Profil <i>Media Center</i> Humas Kulon Progo.....	77
a. Sejarah Berdirinya <i>Media Center</i> Humas Kulon Progo	77
b. Visi dan Misi <i>Media Center</i> Humas Kulon Progo	81
c. Struktur Tugas <i>Media Center</i> Humas Kulon Progo	82
d. Sarana dan Prasarana <i>Media Center</i> Humas Kulon Progo	83

2. Deskripsi Data Penelitian	84
a. Memberi Penerangan pada Masyarakat	84
1) Membangun Media-media Komunikasi Publik	85
2) Mengelola Media-media Komunikasi Publik	88
3) Mencari dan Menyampaikan Informasi yang Bermanfaat bagi Publik	92
4) Memberikan Pengawasan Pelaksanaan Komunikasi Publik	94
b. Melakukan Persuasi untuk Mengubah Sikap dan Perbuatan Masyarakat	96
1) Pengelolaan Informasi yang Tepat	96
2) Menyebarkan Nilai-nilai yang baik kepada Masyarakat....	97
3) Merubah Cara Masyarakat dalam Menyampaikan Pendapat	99
c. Menciptakan Komunikasi Dua Arah (<i>Reciprocal Two Ways Of Traffic Communication</i>)	101
1) Pelaksanaan Komunikasi Dua Arah	101
2) Adanya Umpan Balik dalam Komunikasi	103
3) Komunikasi Menciptakan Efek	105
d. Mengevaluasi Sikap dan Opini Publik	107
1) Peka dan Tanggap terhadap Kepentingan Publik	107
2) Memberikan Tanggapan terhadap Opini yang Masuk	109
3) Evaluasi tentang Opini yang Masuk	110
B. Pembahasan Hasil Penelitian	112
1. Memberi Penerangan pada Masyarakat	112
2. Melakukan Persuasi untuk Mengubah Sikap dan Perbuatan Masyarakat	121
3. Menciptakan Komunikasi Dua Arah (<i>Reciprocal Two Ways of Traffic Communication</i>)	123
4. Mengevaluasi Sikap dan Opini Publik	125
C. Keterbatasan Penelitian	129

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	130
A. Kesimpulan	130
B. Saran	131
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN	136

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Model <i>Press Agency Publicity</i>	16
2. Model <i>Public Information</i>	17
3. Model <i>Two Way Asymmetric</i>	18
4. Model <i>Two Way Symmetric</i>	19
5. Siklus Pola Kerja <i>Media Center</i>	35
6. Alur Kerangka Pikir Penelitian	65
7. <i>Media Center</i> Humas Kulon Progo	77
8. Penanda Peresmian Gedung <i>Media Center</i> Humas Kulon Progo	78
9. Struktur Organisasi <i>Media Center</i> Humas Kulon Progo	82
10. Siklus Pola Kerja <i>Media Center</i>	121
11. Model <i>Two Way Symmetric</i>	126
12. Alur Proses Layanan SEMAR	128

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Kisi-Kisi Pedoman Observasi	72
2. Kisi-Kisi Pedoman Wawancara	72
3. Kisi-Kisi Pedoman Dokumentasi	73
4. Data Pegawai TI dan Humas Setda Kulon Progo	79
5. Data Wartawan/Jurnalis di Lingkungan <i>Media Center</i> Humas Kulon Progo	80
6. Format untuk Informasi Serta Merta	118
7. Format untuk Informasi Tersedia Setiap Saat	119
8. Format untuk Informasi Berkala	120

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Pedoman Observasi, Wawancara dan Dokumentasi	137
2. Analisis Data	143
3. Standar Operasional Prosedur (SOP) Aduan, Formulir Permohonan Informasi Publik, Buku Registrasi Permohonan Informasi Publik, Pemberitahuan Tertulis, Penolakan Permohonan Informasi, Pernyataan Keberatan atas Permohonan Informasi dan Buku Registrasi Keberatan	205
4. Dokumentasi Kegiatan	213
5. Surat Penelitian	223

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peran humas pemerintah daerah mutlak diperlukan, karena peran humas sangat strategis dalam kegiatan pemerintah kepada masyarakat. Salah satu faktor penting dari penyelenggaraan otonomi daerah di Kulon Progo adalah memaksimalkan fungsi dan peran humas pemerintah sebagai salah satu jembatan informasi. Mengingat banyaknya informasi yang harus diberikan kepada masyarakat, keberadaan humas sangat dibutuhkan sebagai bentuk pelayanan publik.

Pelayanan publik merupakan segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh instansi Pemerintah di Pusat, di Daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dalam rangka pelaksanaan ketentuan perundang-undangan. Peningkatan pelayanan publik merupakan salah satu tujuan dari otonomi daerah sebagaimana yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintah Daerah. Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2008 Tentang Pedoman Evaluasi Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah, menyebutkan pula bahwa aspek pelayanan publik menjadi salah satu tolok ukur yang menentukan dalam evaluasi keberhasilan penyelenggaraan pemerintah daerah. Peningkatan kualitas pelayanan publik

menempatkan masyarakat sebagai sentral dalam pelayanan, sehingga partisipasi masyarakat dalam pelayanan publik perlu ditingkatkan.

Pemerintah Kabupaten Kulon Progo sebagai badan publik, telah membentuk Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID). PPID Kabupaten Kulon Progo dijabat oleh Kepala Bagian TI dan Humas Setda Kabupaten Kulon Progo dan PPID Pembantu yang berada di 47 (empat puluh tujuh) Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) dijabat oleh Sekretaris atau Pejabat Ketatausahaan, sesuai dengan Surat Keputusan Bupati Kulon Progo nomor 215 tahun 2013. Pelaksanaan PPID dibantu unit kerja, yang terdiri dari: Unit Pelayanan, Unit Pelayanan Aduan dan Sengketa Informasi, Unit Pengolahan Data dan Dokumentasi, dan Unit Pengelolaan Teknologi Informasi. Tugas PPID Kabupaten Kulon Progo selain memberikan pelayanan permohonan informasi, juga melakukan pelayanan terhadap saran dan kritik dari masyarakat, sehingga semakin menambah fungsi PPID, dengan harapan menjadikan pelayanan informasi dan aduan masyarakat akan semakin sederhana, cepat, dan murah.

Humas dalam lembaga pemerintah (departemen, lembaga non departemen, Badan usaha Milik Negara/BUMN) merupakan suatu bagian yang sangat penting dalam rangka tugas penyebaran informasi. Informasi yang diberikan tentang kebijakan program dan kegiatan-kegiatan lembaga pemerintah kepada masyarakat. Humas pemerintah bertugas memberikan informasi dan penjelasan kepada masyarakat luas mengenai suatu kebijakan serta langkah-langkah yang harus diambil oleh pemerintah, selain itu untuk

menjaga hubungan yang harmonis antara lembaga/instansi dengan publiknya.

Humas pemerintah merupakan aktifitas lembaga yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang komunikasi dan informasi kepada publik selaku pemangku kepentingan atau sebaliknya. Hal itu dikarenakan peran humas pemerintah sebagai komunikator, fasilitator dan desiminotor. Bagi praktisi *public relations*/pejabat humas, *media relations* merupakan suatu keharusan. Nurudin (2008: 12), mengatakan bahwa “humas memiliki peranan penting dalam menjalin hubungan dengan media”. Salah satu tugas humas adalah menangani wartawan, tujuannya untuk meningkatkan/menjaga citra organisasi dimata publik atau *stakeholder*.

Humas secara spesifik merupakan salah satu cabang ilmu komunikasi, dan merupakan salah satu unsur dari administrasi yang ada dalam praktek bidang kegiatan tertentu. Ciri komunikasi dalam humas sebagaimana dikemukakan di atas ialah komunikasi yang timbal balik (*two way traffic communication*). Ini mutlak harus berlangsung, artinya praktisi humas dalam menyampaikan pesan harus mengetahui dan meneliti efek yang ditimbulkan dalam komunikasi.

Partisipasi masyarakat terhadap kebijakan pemerintah yang menyangkut kepentingan umum tidak hanya berupa keterlibatan secara fisik dalam pekerjaan, tetapi menyangkut keterlibatan/kesediaan untuk membantu berhasilnya setiap program sesuai dengan kemampuan setiap orang tanpa mengorbankan kepentingan diri sendiri. Partisipasi masyarakat dapat

tercipta apabila saling percaya dan saling pengertian antara perangkat pemerintah dan lembaga-lembaga atau anggota masyarakat dapat dihidupkan. Peran hubungan masyarakat (humas) sangat penting untuk menguatkan informasi pemerintah.

Bidang humas dianggap sebagai komunikator publik sehingga tenaga pranata humas harus mampu menyampaikan segala macam informasi kepada masyarakat secara baik. Komunikasi menjadi suatu alat yang efektif dan efisien, untuk mencapai visi dan misi dalam suatu organisasi. Komunikasi yang mampu menghasilkan umpan balik yaitu komunikasi dua arah yang saling menguntungkan dan berdampak pada tumbuhnya saling pengertian.

Kepala Pusat Penerangan (Kapuspen) Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), Dodi Riatmadji didalam suatu artikel di www.kemendagri.go.id tanggal 18 November 2015 mengatakan bahwa, “harus ada penataan tenaga fungsional humas”. Alasannya, sebagai komunikator publik, penyampaian informasi harus efektif, tepat dan obyektif. Oleh sebab itu, Pemerintah Kabupaten Kulon Progo telah bekerjasama dengan para jurnalis yang memiliki wadah bernama Paguyuban Wartawan Kulon Progo (PWK) dimana humas bekerja sama dengan wadah ini di *Media Center*. *Media Center* merupakan fasilitasi Pemda untuk para jurnalis selain *press tour* dalam dan luar daerah. Prestasi dalam keterbukaan informasi publik juga menjadikan Pemerintah Kabupaten Kulon Progo sebagai *pilot project* bagi daerah lain karena di daerah lain belum ada

keterbukaan seperti yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo. Implementasi UU Keterbukaan Informasi Publik juga dilaksanakan di tiap instansi dengan membentuk PPID Pembantu.

Media Center Kulon Progo yang berada di kompleks Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, dibangun untuk mempermudah dan memfasilitasi media massa dalam mendapatkan laporan kegiatan daerah serta mendistribusikannya ke masing-masing media baik cetak maupun elektronik. Selain itu, *Media Center* mempermudah bagi masyarakat yang membutuhkan layanan distribusi informasi melalui media massa karena *Media Center* telah dilengkapi dengan fasilitas *press conference*. *Media Center* sebagai tempat untuk informasi publik, pertukaran informasi publik, dan pelayanan informasi dan komunikasi publik, sangat diapresiasi keberadaannya karena dapat bermanfaat bagi pemerintah daerah dan masyarakat di Kulon Progo.

Berdasarkan hasil observasi awal dan melakukan wawancara dengan pejabat Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo pada tanggal 07 Desember 2015, sehubungan dengan peran *Media Center* diketahui bahwa pembangunan dan perbaikan terus dilakukan di gedung *Media Center* Humas Kulon Progo. Hal ini dilakukan karena *Media Center* merupakan salah satu bagian dari tugas dan fungsi humas. Namun demikian, perlu diperlukan peningkatan kembali kiriman berita dan foto-foto di media *online* www.infopublik.org milik Dirjen IKP Kemkominfo, karena mengalami penurunan berdasarkan pengamatan dari Kemkominfo di

Jakarta. Penurunan kiriman berita dan foto-foto kepada Kemkominfo diakibatkan dari adanya renovasi yang dilakukan di *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, sehingga semua kegiatan yang dilakukan di kantor *Media Center* dipindahkan di belakang gedung *Media Center* yang sedang dalam tahap renovasi. Keterbatasan tempat dan ruang menyebabkan terganggunya pengiriman berita/informasi kepada masyarakat dan Kemkominfo di Jakarta.

Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) yang mengelola *Media Center* dari sub bagian Humas hanya 4 (empat) personil dengan 1 (satu) orang Kasubag, menyebabkan tidak efektifnya komunikasi akhirnya tujuan organisasi sulit tercapai. Keterbatasan SDM menyebabkan pekerjaan sulit diselesaikan tepat waktu, sehingga dalam waktu-waktu tertentu jumlah pekerjaan sangat banyak. Jumlah SDM yang terbatas mempengaruhi *job description (jobdesc)* masing-masing jabatan yang sulit untuk dikerjakan, karena terkendala oleh banyaknya pekerjaan yang harus segera diselesaikan.

Peralatan komputer dan jaringan internet merupakan sesuatu yang penting bagi setiap pegawai untuk mendukung kelancaran pekerjaannya. Kondisi peralatan komputer bantuan dari Kemkominfo sebanyak 7 (tujuh) buah hanya bisa digunakan 5 (lima), padahal pihak *Media Center* telah berusaha keras untuk melakukan perbaikan namun kerusakan yang dialami sudah parah. Komputer yang hanya berjumlah 5 (lima) ini dirasa sangat kurang jumlahnya untuk memperlancar pekerjaan, terlebih komputer tersebut harus digunakan bersama para jurnalis/wartawan. Hal ini, dirasakan

oleh pihak humas dalam memberikan layanan pendistribusian informasi kepada masyarakat terganggu.

Artikel di <http://sorotkulonprogo.com> pada tanggal 19 Maret 2016 menyebutkan bahwa Pemerintah Kabupaten Kulon Progo ternyata belum memiliki buku daftar nama pejabat berikut kontak teleponnya. Buku tersebut seharusnya selalu diperbarui setiap tahun karena bila sewaktu waktu ada masyarakat yang ingin mengetahui informasi bisa langsung meminta ke Bagian Humas. Berdasarkan penelusuran, kantor *Media Center* Kulon Progo hanya memiliki buku daftar pejabat pada tahun 2012. Bahkan dalam buku itu banyak nama-nama pejabat yang telah pindah.

Peneliti pada tanggal 13 Juni 2016 melakukan wawancara singkat kepada 10 orang warga yang berada di sekitar dari berbagai profesi terkait eksistensi keberadaan *Media Center* yang terletak di sekitar Alun-Alun Wates. Masyarakat menyatakan sebagian besar mengetahui keberadaan kantor/bangunan *Media Center* yang letaknya memang sangat strategis dan mudah ditemukan, namun mayoritas masyarakat belum mengetahui fungsi dan peran kantor/bangunan *Media Center* tersebut.

Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana **“Peran *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten sebagai Media Komunikasi Publik bagi Masyarakat dan Pemerintah Kabupaten Kulon Progo”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Adanya penurunan kiriman berita dan foto-foto di *media online* www.infopublik.org milik Dirjen IKP Kemkominfo.
2. Kurangnya jumlah staf di Sub Bagian Humas yang terdiri dari 4 orang dengan 1 orang Kasubag, sehingga dalam waktu-waktu tertentu pekerjaan sangat tinggi dan sulit melaksanakan tugas pekerjaan masing-masing jabatan dengan baik.
3. Adanya kerusakan di peralatan komputer yang dimiliki oleh humas Pemkab Kulon Progo sehingga kerja humas terganggu.
4. Belum ada pembaharuan buku daftar nama pejabat berikut kontak teleponnya, sehingga masyarakat kesulitan jika ingin mengetahui informasi terkait pejabat yang bersangkutan.
5. Masyarakat belum mengetahui peran *Media Center* sebagai jembatan informasi dari Pemerintah kepada masyarakat.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah tersebut, penelitian ini difokuskan pada masyarakat belum mengetahui peran *Media Center* sebagai jembatan informasi dari Pemerintah kepada masyarakat.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana peran *Media Center* untuk jembatan informasi dari Pemerintah kepada masyarakat sebagai media komunikasi publik?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini untuk mengetahui peran *Media Center* humas pemerintah sebagai media komunikasi publik bagi masyarakat dan Pemerintah Kabupaten Kulon Progo.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian sejenis dan pengembangan studi Humas Pemerintahan.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Dapat mengetahui informasi terbaru di dalam lingkungan Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo terutama bagian *Media Center*, dan tugas akhir sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pendidikan di Universitas Negeri Yogyakarta.

b) Bagi Universitas Negeri Yogyakarta

Sebagai koleksi bahan referensi di Universitas Negeri Yogyakarta mengenai fungsi humas yang terutama berkaitan

dengan Humas Pemerintahan dalam pengembangan ilmu pengetahuan secara umum dan perkembangan dibidang kehumasan, yang sewaktu-waktu dapat digunakan dengan sebaik-baiknya.

c) Bagi Pemerintah Kabupaten Kulon Progo

Diharapkan menjadi bahan masukan bagi Humas Pemerintah Kulon Progo dalam menentukan langkah selanjutnya sebagai media komunikasi publik, dalam rangka menumbuhkan suasana yang harmonis.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. *Media Center* Humas

a. Hubungan Masyarakat (Humas)

1) Definisi Hubungan Masyarakat (Humas)

Public relations atau hubungan masyarakat (humas) merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari keberadaan instansi atau perusahaan. Pendapat mengenai *public relations* dikemukakan oleh Rosady Ruslan (2005: 6), yaitu:

Public relations merupakan seni (*art*) dan gabungan dari disiplin ilmu manajemen, komunikasi, psikologi, sosial dan marketing untuk membentuk agar perusahaan atau lembaga, gagasan atau ide yang ditawarkan, nama dan produknya menjadi disukai dan dipercaya oleh publik.

Pendapat Rosady Ruslan tersebut dapat diartikan bahwa *public relations* merupakan gabungan berbagai disiplin ilmu, yaitu: manajemen, komunikasi, psikologi, sosial, dan marketing untuk meningkatkan kepercayaan publik. Kepercayaan publik dapat meningkat apabila seorang *public relations* mampu berkomunikasi dan berinteraksi dengan baik dengan masyarakat. Apabila *public*

relations dapat berinteraksi dengan baik maka kepercayaan publik akan meningkat.

Scot M. Cutlip dan Allen M. Center (2006: 6) mendefinisikan humas adalah:

Fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

Pendapat Cutlip dan Center tersebut diartikan bahwa humas merupakan bagian dari fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya sebagai penentu kesuksesan dan kegagalan organisasi. *Public relations* sama sekali bukanlah kegiatan yang sifatnya sembarangan atau dadakan.

Menurut Rhenald Kasali (2003: 15) *public relations* merupakan:

Suatu fungsi strategi dalam manajemen yang melakukan komunikasi untuk menimbulkan pemahaman dan penerimaan dari publik. Dalam prosas penerimaan publik ini, perusahaan perlu memperhatikan hubungan yang harmonis dengan masyarakatnya, seperti terbuka, jujur, *fair*, konsisten dan tidak mengasingkan diri.

Pendapat Rhenald Kasali tersebut dapat disimpulkan bahwa humas memiliki tugas untuk membangun hubungan baik dengan masyarakat, dengan menjalin komunikasi yang

terbuka, jujur, *fair*, konsisten dan tidak mengasingkan diri. Komunikasi yang demikian, diharapkan akan mampu diterima oleh publik sehingga menimbulkan pemahaman dari publik.

Berdasarkan pendapat dari berbagai para ahli diatas, hubungan masyarakat dapat disimpulkan sebagai komunikasi 2 arah antara organisasi dengan publiknya yang berlangsung secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan kerja sama untuk kepentingan bersama.

2) Fungsi Hubungan Masyarakat (Humas)

Humas adalah bagian yang sangat menentukan dalam membentuk citra sebuah organisasi. Apakah aktifitas organisasi cukup efektif atau menyentuh kebutuhan khalayak sebagai bagian yang menjadi sasaran organisasi, dan masih banyak dampak positif yang terjadi karena fungsi humas. Menurut Saleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2003: 87), *public relations* merupakan “bagian dari suatu organisasi yang berfungsi untuk menjaga dan membina hubungan baik antara instansi dengan masyarakat umum atau publik”. *Public relations* juga menjaga hubungan baik internal, antara semua pegawai/karyawan dari *top management* hingga pegawai dengan status pangkat paling rendah disuatu instansi tersebut.

Fungsi dasar *public relations* adalah membentuk dan membina hubungan baik, dengan terciptanya hubungan baik maka akan terciptalah kinerja dan kualitas kerja yang baik guna mencapai keuntungan bagi instansi tersebut.

Menurut Suwardi Lubis (2001: 20), ada tiga fungsi *public relations*, yaitu:

- a) Mengabdikan kepada kepentingan umum (*it should serve the public interest*).
- b) Memelihara hubungan yang baik (*maintain good communication*).
- c) Menitik beratkan moral dan tingkah laku yang baik (*stress good morals and manners*).

Pendapat Lubis tersebut, menunjukkan bahwa ada tiga fungsi humas yaitu: harus mengabdikan kepentingan umum, mampu memelihara hubungan yang baik dan menitik beratkan moral dan tingkah laku yang baik.

Fungsi utama dari *public relations* menurut Maria Assumpta (2002: 204), yaitu:

- a) Menumbuhkan, mengembangkan hubungan baik antara organisasi/instansi dengan publiknya baik internal maupun eksternal.
- b) Menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi, dan meningkatkan partisipasi publik.
- c) Menciptakan opini publik yang menguntungkan organisasi/instansi dan publik.

Pendapat beberapa ahli tentang fungsi hubungan masyarakat dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a) Sebagai *communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya.

- b) Membina *relationship*, yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya.
 - c) Peranan *back up management*, yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau lembaga.
 - d) Membentuk *corporate image*, artinya peranan *public relation* berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya.
- 3) Model-model Hubungan Masyarakat (Humas)

Kegiatan hubungan masyarakat (humas) pada hakikatnya adalah kegiatan komunikasi. Tetapi berbeda dengan kegiatan komunikasi lainnya, kegiatan komunikasi dalam hubungan masyarakat mempunyai ciri-ciri tertentu, disebabkan karena punya fungsi, sifat organisasi dari lembaga hubungan masyarakat itu berada dan berlangsung, sifat-sifat manusia yang terlibat, terutama publik yang menjadi sasaran, dan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi. Kunci sukses komunikasi dalam hal hubungan masyarakat ini, sangat tergantung pada pelaksanaan komunikasi efektif.

Rachmat Kriyantono (2009: 295-297) mengidentifikasi empat tipe atau model komunikasi yang diterapkan humas dalam melaksanakan peran dan fungsinya bagi organisasi. Empat model tersebut adalah: “model keagenan pers atau

model propaganda (*press agentry/publicity*), model informasi publik (*public information*), model asimetris dua arah (*two asymmetris*), dan model simetris dua arah (*two way simmetric*)”.

a) Model Keagenan Pers atau Model Propaganda (*Press Agentry/Publicity*).

Model ini ditujukan untuk kepentingan propaganda, komunikasi dalam model ini hanya bersifat satu arah. Pesan yang dimuat dalam proses tersebut sering kali tidak lengkap dan terganggu dan mengakibatkan hanya sebagian pesan saja yang mengandung kebenaran. *Press agentry* ini sangatlah terpaku pada publisitas yang akhirnya melahirkan ungkapan “*any publicity is good publicity*”.

Model keagenan pers atau model propaganda (*press agentry/publicity*) dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1
Model *Press Agentry Publicity*

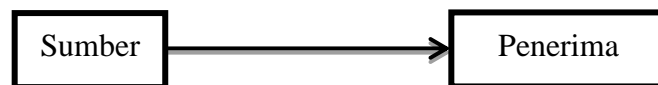
Pada model ini seluruh kegiatan yang dilakukan oleh *public relations* memiliki tujuan tunggal yaitu untuk mendapatkan publisitas di media massa yang dapat menguntungkan organisasi. Kadang kebenaran informasi

yang disampaikan dengan jalan satu arah ini cukup penting selama publik masih mempercayai perusahaan.

b) Model Informasi Publik (*Public Information*)

Tujuan utama model ini adalah untuk penyebarluasan atau diseminasi informasi. Komunikasi masih tetap satu arah sebagai mana model *press agentry* dan hanya terfokus kepada *output* semata.

Model informasi publik (*public information*) dapat dilihat pada gambar 2.



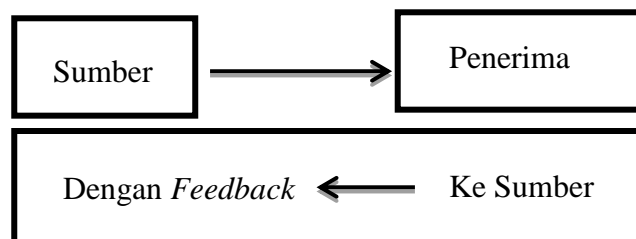
Gambar 2
Model *Public Information*

Proses komunikasi yang berlangsung pada model ini cenderung satu arah, model ini berkembang karena adanya reaksi perusahaan-perusahaan besar dan pemerintah terhadap pemberitaan di media massa, pihak manajemen perusahaan menyewa wartawan untuk dapat membuat *press release* yang berisikan tindakan-tindakan perusahaan. Informasi yang disampaikan tersebut diharapkan dapat diterima dan dipercaya oleh publik.

c) Model Asimetris Dua Arah (*Two Asymmetris*)

Model ini memiliki tujuan untuk melakukan persuasi secara ilmiah. Komunikasi pada model ini telah dilakukan dua arah, dengan memuat efek-efek yang berimbang.

Model asimetris dua arah (*two asymmetris*) dapat dilihat pada gambar 3.



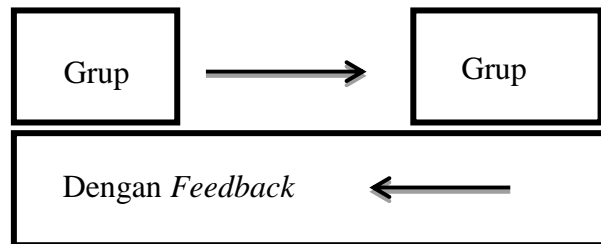
Gambar 3
Model *Two Way Asymmetric*

Public relations dalam melakukan prakteknya melalui penyampaian pesan yang dilakukan berdasarkan hasil riset dan strategi ilmiah yang berusaha untuk dapat membujuk publik agar dapat bekerja sama, bersikap dan juga berpikir sebagaimana harapan organisasi.

d) Model Simetris Dua Arah (*Two Way Simmetric*)

Model bertujuan untuk dapat memperoleh *mutual understanding* sedangkan pola komunikasi yang dilakukan bersifat dua arah dengan efek-efek yang cukup seimbang.

Model simetris dua arah (*two way simmetric*) dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4
Model Two Way Symmetric

Public relations dalam prakteknya melakukan kegiatan berdasarkan penelitian dan menggabungkan dengan teknik komunikasi agar dapat mengelola konflik dan memperbaiki pemahaman yang telah dimiliki publik. Model ini *public relations* membuka diri dan membantu wartawan untuk meliput, dengan adanya keterbukaan maka wartawan mendapatkan informasi yang lebih akurat.

Humas didalam tugasnya yaitu menjalankan komunikasi, dimana humas mempunyai bentuk komunikasi timbal balik, oleh sebab itu humas dalam bekerjanya dibantu *Media Center*.

b. *Media Center*

1) Definisi *Media Center*

Pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perluasan jaringan akses informasi dan komunikasi dalam lingkup global, sehingga komunikasi antarnegara dan lalu lintas informasi menjadi seolah-olah tanpa batas wilayah, negara, jarak dan waktu. Perkembangan dan kemajuan tersebut secara mendasar telah mengubah dan

mentransformasikan pola dan cara mengelola pemerintahan. Dalam konteks penyebaran dan pemerataan informasi publik ke seluruh lapisan masyarakat, tentunya sangat dibutuhkan sebuah aktivitas pelancaran arus informasi publik.

Media Center didefinisikan oleh Bakri, Alimuddin Unde dan Tuti Bahfiarti (2015 : 193), sebagai:

suatu tempat untuk mengakses informasi publik dan masyarakat dapat berpartisipasi dalam setiap proses kebijakan publik, sehingga dapat mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik dan bertanggung jawab (*good governance*) melalui penerapan prinsip-prinsip akuntabilitas, transparansi dan supremasi hukum.

Pendapat Bakri, Alimuddin Unde dan Tuti Bahfiarti tersebut menjelaskan bahwa *Media Center* selain sebagai tempat untuk mengakses informasi juga sebagai tempat masyarakat dapat berpartisipasi dalam kebijakan publik agar tercipta tata kelola pemerintahan yang baik dan bertanggung jawab (*good governance*).

Pendapat lain tentang pengertian *Media Center* oleh Haryatmoko (2007 : 48), yaitu:

Media Center adalah tempat untuk pengumpulan, penyaringan, dokumentasi dan penerbitan suatu berita/informasi yang memiliki jaringan dengan beberapa media yang merupakan partner sekaligus sebagai mitra kerja dalam menginformasikan kebijakan pemerintah atau organisasi.

Haryatmoko menjelaskan bahwa *Media Center* merupakan tempat berita/informasi dikelola dan diterbitkan,

dimana *Media Center* bekerjasama dengan beberapa media untuk membantu dalam menginformasikan kebijakan pemerintah atau organisasi.

Direktorat Komunikasi Publik, Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI (2011: 8), memberikan definisi, yaitu:

Media Center adalah pusat atau sarana pengelolaan komunikasi dan informasi berbasis teknologi atau berbasis internet (*online*) yang digunakan untuk menghimpun, mengolah, menyediakan, dan menyebarluaskan informasi pemerintahan pusat, pemerintahan provinsi, dan pemerintahan kabupaten/kota kepada masyarakat, serta menampung umpan balik dari masyarakat terhadap kebijakan pemerintahan.

Pendapat tersebut dapat diambil kesimpulan, bahwa *media center* merupakan pusat kegiatan pengelolaan komunikasi dan informasi dengan menggunakan teknologi berbasis internet yang kegiatannya menghimpun, mengolah, menyediakan, dan menyebarluaskan informasi dari pemerintah kepada masyarakat secara luas dengan menjalin kerjasama dengan media maupun mitra kerja.

2) Arti Penting *Media Center*

Penyediaan dan pelancaran arus informasi dalam kerangka komunikasi publik hanya bisa terlaksana dengan baik jika didukung jaringan komunikasi dan koordinasi antarlembaga di pusat dan daerah, ketersediaan layanan

informasi publik, serta terciptanya program komunikasi yang konvergen dan sirkulasi antara lembaga publik dengan masyarakat.

Media Center dibangun sebagai upaya mengembangkan jaringan pertukaran informasi antarlembaga pemerintah kabupaten/kota, pemerintah provinsi dan kementerian/lembaga negara. Upaya pemerintah itu sebagai salah satu bagian untuk memastikan bahwa setiap warga negara mendapatkan informasi tentang kebijakan-kebijakan lembaga negara Republik Indonesia secara tepat, cepat, akurat, dan murah, terutama dalam merajut kembali komunikasi yang putus antara pusat dan daerah guna tetap menjaga dan memelihara kebutuhan NKRI pasca diberlakukannya otonomi daerah.

Arti penting *Media Center* dalam kebijakan komunikasi dan informasi (Pedoman Umum Media Center, 2011:3-4) antara lain: “pemenuhan hak tahu publik, akomodasi aspirasi masyarakat dalam pembuatan kebijakan, dan mendukung terciptanya citra positif lembaga negara”.

a) Pemenuhan hak tahu publik

Melalui pengelolaan pengembangan dan pemanfaatan infrastruktur komunikasi dan informatika, pengembangan dan penyediaan *hardware/software*, serta penyediaan konten informasi, diharapkan setiap warga negara dapat

mengakses, memanfaatkan, dan terbagi informasi yang memungkinkan setiap individu, komunitas, dan masyarakat untuk mengembangkan potensi dan kualitas hidupnya agar lebih baik.

b) Akomodasi aspirasi masyarakat dalam pembuatan kebijakan

Keterlibatan publik menjadi prasyarat bagi terwujudnya pemerintahan yang baik, sehingga dibutuhkan saluran komunikasi yang transparan dan efektif. Oleh karena itu, setiap lembaga negara wajib menyediakan sistem akses sistem informasi dan komunikasi publik agar masyarakat memiliki kesempatan mengetahui segala informasi yang berkaitan dengan kebijakan, program, dan kegiatan lembaga negara.

c) Mendukung terciptanya citra positif lembaga negara

Strategi dan perencanaan untuk membentuk pemahaman atau reputasi yang positif atas identitas dan kinerja lembaga negara di kalangan masyarakat sangat diperlukan agar keterlibatan publik semakin bernilai dan mampu mendukung setiap kebijakan lembaga negara. Terciptanya akses informasi bagi masyarakat secara cepat, tepat, akurat, dan murah, maka diharapkan informasi publik mudah diperoleh. Hal itu akan mendorong terbangunnya

partisipasi masyarakat dalam setiap perumusan kebijakan publik sehingga terciptanya akuntabilitas penyelenggara negara.

3) Peran *Media Center*

Peran *Media Center* sebagai jembatan informasi dari Pemerintah kepada masyarakat sebagai media komunikasi publik dianalisis menggunakan teori peran media sebagai kehumasan dari suatu kelembagaan yang dijabarkan secara teoritis oleh Sri Sayekti Palupi (2015: 5), adapun peran tersebut meliputi: “memberi penerangan pada masyarakat, melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat, menciptakan komunikasi dua arah (*reciprocal two ways of traffic communication*), dan mengevaluasi sikap dan opini publik”. Penjelasan lebih rinci mengenai peran *Media Center*, sebagai berikut:

a) Memberi penerangan pada masyarakat.

Media Center memberikan informasi untuk memberi pengetahuan serta pembelajaran masyarakat agar masyarakat peka dan tanggap terhadap masalah yang menyangkut kepentingan publik.

- b) Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat.

Persuasi yang diharapkan adalah persuasi yang memenuhi etika moral sesuai dengan etika dan hati nurani bukan karena paksaan. Pengelolaan informasi yang tepat akan mudah mendapatkan hati dari masyarakat sehingga program dari pemerintah akan diterima dan dijalankan dengan baik oleh masyarakat. *Media Center* akan merubah cara pandang masyarakat dalam penyampaian keluhan atau gagasan terkait pelayanan publik, *Media Center* mampu meredam aksi protes melalui demo. Masyarakat akan menjadi berfikir positif terhadap pelayanan yang diberikan oleh pemerintah.

- c) Menciptakan komunikasi dua arah (*reciprocal two ways of traffic communication*).

Pada komunikasi dua arah ini, *Media Center* menyebarluaskan informasi kepada masyarakat. Informasi yang akan diserap oleh masyarakat diharapkan akan memunculkan usulan, masukan, penolakan atau bahkan protes atas informasi yang diterima. *Media Center* digagas sebagai media yang mampu menjadi forum legal dimana masyarakat dapat menegosiasikan apa yang menjadi kepentingan mereka.

d) Mengevaluasi sikap dan opini publik.

Peran *Media Center* tidak terlepas dari pendapat masyarakat “opini publik”, untuk itu *Media Center* harus mengevaluasi secara berkala tentang opini yang masuk pada segmen-segmen informasi publiknya. Peran ini merujuk pada *Media Center* sebagai komunikator dan sekaligus mediator yang proaktif dalam menjembatani kepentingan publiknya, sehingga dapat menciptakan iklim kondusif dan stabil yang menciptakan keamanan politik serta pembangunan daerah.

4) Fungsi *Media Center*

Tata kelola *Media Center* merupakan perangkat atau aturan bagi pengelola *Media Center* dalam upaya pelancaran arus informasi melalui diseminasi informasi publik (Pedoman Umum Media Center, 2011: 11).

a) Fungsi Diseminasi

Diseminasi informasi adalah upaya menyampaikan informasi yang berkaitan erat dengan kehidupan masyarakat melalui media *online* atau jaringan internet.

b) Fungsi Pertukaran Informasi

Media Center menjalankan fungsi membingkai konten informasi isu strategis yang bersifat lokal, sektoral, lintas sektoral, atau isu yang berbasis bidang yaitu politik, hukum, dan keamanan (polhukam), ekonomi, dan kesejahteraan rakyat (kesra).

c) Fungsi Layanan Informasi dan Komunikasi Publik

Pengelola *Media Center* perlu mengembangkan fungsi *Media Center* secara luas dengan

menggunakan beberapa media untuk melakukan komunikasi publik dan membuka akses pemanfaatan informasi publik.

Fungsi *Media Center* dari pendapat di atas dapat disimpulkan, bahwa *Media Center* mengutamakan penyebaran informasi publik yang mencakup isu sektoral maupun isu lintas sektor. Informasi yang telah diperoleh perlu dibagi antar-*Media Center* provinsi/kabupaten/kota serta Kementerian Kominfo. *Media Center* harus bisa diakses secara langsung oleh masyarakat luas yang ingin mencari informasi yang dibutuhkan.

5) Organisasi *Media Center*

Untuk mengoperasikan *Media Center* yang baik, minimal terdiri dari (Pedoman Umum Media Center, 2011: 9): “penanggungjawab, koordinator operasional, sekretariat, bagian pengumpulan informasi, bagian pengolahan informasi, bagian distribusi media, bagian *desk info*, dan bagian dukungan perangkat teknologi”. Masing-masing bagian akan dijelaskan, sebagai berikut:

a) Penanggungjawab

Merencanakan dan mengambil keputusan atas kebijakan yang telah ditetapkan serta melakukan evaluasi kinerja *Media Center*. Selain itu, melakukan koordinasi dengan *Media Center* di tingkat pusat dan daerah lain.

b) Koordinator Operasional

Bertanggungjawab dalam menjalankan fungsi *Media Center* secara operasional, mengimplementasikan kebijakan pengelolaan *Media Center*, dan melakukan koordinasi terhadap jajaran pengelola *Media Center* di bawahnya.

c) Sekretariat

Melaksanakan, mengkoordinasikan dan mengawasi pengagendaan kerja *Media Center*, kemudian mengklarifikasi dan mendistribusikannya, khususnya yang berkaitan dengan surat menyurat dan administrasi *Media Center*, termasuk mengalokasikan dukungan pembiayaan bagi kelancaran kegiatan *Media Center* dan menyusun naskah laporan aktivitas *Media Center*.

d) Bagian Pengumpulan Informasi

Menghimpun berbagai informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, ataupun tayangan yang berkembang melalui media massa ataupun non-media massa. Kegiatan-kegiatan yang terdapat dalam upaya mengumpulkan informasi mencakup mencari, investigasi, menggali, bertanya, dan merekam informasi yang dianggap penting untuk diketahui oleh publik.

- e) **Bagian Pengolahan Informasi**

Memilih dan memilah informasi yang akan disimpan dan disebarkan kepada publik. Untuk keperluan penyebaran informasi, pengolahan informasi diantaranya mencakup kegiatan-kegiatan menulis, menyunting, membuat desain (*designing*), menyiapkan visualisasi (*visualizing*), merekam suara (*dubbing*) dan sejenisnya.
 - f) **Bagian Distribusi Media**

Mengirimkan informasi kepada masyarakat luas melalui berbagai jenis media, baik secara visual, audio, audio-visual, maupun “*social event*”. Dalam penyebaran informasi ini, perlu diperhitungkan khalayak sasaran kepada siapa informasi akan diberikan.
 - g) **Bagian *Desk Info***

Mengirimkan informasi kepada masyarakat luas melalui kegiatan stasioner di lokasi *Media Center*.
 - h) **Bagian Dukungan Perangkat Teknologi**

Mengalokasikan dukungan sarana prasarana bagi kelancaran kegiatan *Media Center*
- 6) **Komponen Kelembagaan *Media Center***

Menurut Pedoman Umum *Media Center* (2011: 8), komponen kelembagaan yang harus dimiliki oleh *Media Center* meliputi: “komitmen, standar minimal sarana dan

prasarana, standar minimal sumber daya manusia pengelola dan pembiayaan”. Komponen kelembagaan *Media Center* dijelaskan sebagai berikut:

a) Komitmen

- (1). Komitmen pimpinan lembaga atau organisasi untuk menyediakan tempat, dana pendamping, sumberdaya manusia pengelola dan organisasi kerja.
- (2). Komitmen pimpinan lembaga atau organisasi untuk melakukan pengamanan dan perawatan (*maintenance*) fasilitas *Media Center*.
- (3). Komitmen pengelola untuk mempromosikan *Media Center* agar menarik pengguna.

b) Standar Minimal Sarana dan Prasarana

- (1). Ruang yang memadai.
- (2). Letak ruangan/gedung mudah dijangkau oleh pengguna.
- (3). Akses/koneksi dengan jaringan internet.
- (4). Penambahan sarana perangkat keras dan perangkat lunak sesuai kebutuhan pengguna.
- (5). Dukungan kendaraan operasional roda dua/roda empat.

c) Standar Minimal Sumber Daya Manusia Pengelola

- (1). Memiliki kompetensi di bidang pengelolaan media

informasi.

- (2). Memiliki kompetensi mengembangkan jejaring komunikasi sosial.
- (3). Memiliki kompetensi analisis kebutuhan informasi masyarakat.
- (4). Memiliki kompetensi bidang teknologi komunikasi dan informatika.

d) Pembiayaan

Pembiayaan *Media Center* dapat diperoleh/bersumber dari:

- (1). Dana APBN dan/atau APBD yang ditetapkan dengan mengikuti pola pembagian kewenangan antara Pusat dan Daerah yang diatur dengan Peraturan Pemerintah.
- (2). Pendanaan dari Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik melalui skema Bantuan Operasional Penyebaran Informasi Publik atau skema lainnya.
- (3). Kerjasama dengan pihak swasta/dunia usaha.
- (4). Pengembangan partisipasi masyarakat sebagai mitra kerjasama.

7) Mekanisme Kerja *Media Center*

Menurut Pedoman Umum *Media Center* (2011: 11-14), mekanisme kerja *Media Center* meliputi: “perencanaan,

pelaksanaan, koordinasi, dan monitoring”. Mekanisme kerja Media Center akan dijelaskan, sebagai berikut:

a) Perencanaan

Media Center sangat mengutamakan perencanaan isi dari hari ke hari mengingat begitu dinamisnya perkembangan situasi dan permasalahan. Bentuk perencanaan dilakukan sebagai berikut:

- (1) Forum Harian dilakukan untuk:
 - (a) Memilih tema berita yang dikembangkan dalam bentuk penugasan atau inisiatif.
 - (b) Memilih ragam berita (berita langsung, foto, grafis, audio, audiovisual, *features*, *indepth*, *news analysis*).
 - (c) Penempatan berita di halaman utama atau rubrik lain dan sebagai bahan berita yang akan dikembangkan.
 - (d) Inventarisasi berita yang akan dimuat hari selanjutnya.
- (2) Forum Mingguan ditujukan untuk mengantisipasi isu yang akan muncul pekan depan serta pembahasan penugasan dan inisiatif liputan sesuai dengan isu yang ada.

- (3) Forum Bulanan untuk melakukan *review* dan mengidentifikasi isu yang dianggap prioritas mengakomodasi aspirasi masyarakat yang akan diperdalam informasinya.

b) Pelaksanaan

Media Center melakukan pengumpulan, pengolahan, dan pengemasan informasi publik sektoral dan lintas sektoral. Proses produksi konten tersebut dilakukan dengan cara:

- (1) Pemutakhiran data dan informasi.
- (2) Bekerjasama dengan berbagai pihak secara institusional.
- (3) Bermitra dengan sumber-sumber informasi yang terkait.
- (4) Pengklarifikasian dan penyimpanan secara sistematis.

c) Koordinasi

Koordinasi *Media Center* diperlukan untuk memperlancar kegiatan diseminasi informasi, pertukaran informasi, dan pelayanan informasi dan komunikasi publik.

Ada dua jenis koordinasi dalam pengelolaan *Media Center*, yaitu:

(1) Koordinasi Antar- *Media Center*

Koordinasi Antar- *Media Center* dilakukan untuk kebutuhan pengembangan *Media Center* dalam aspek konten informasi ataupun sesuai dengan kebutuhan masing-masing pengelola *Media Center*.

(2) Koordinasi *Media Center* Provinsi/ Kabupaten/Kota dan IKP-Kominfo

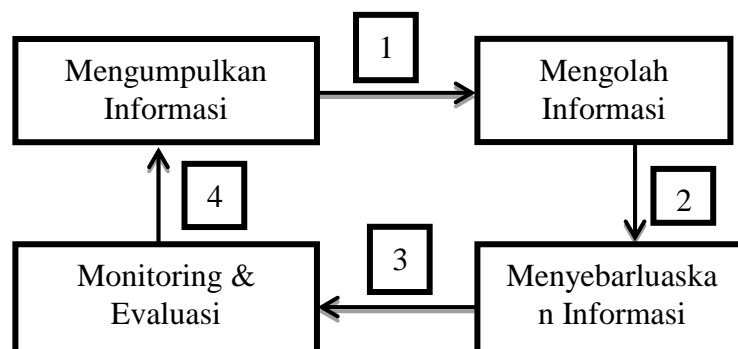
Media Center di daerah perlu saling berkoordinasi dengan Ditjen IKP Kemkominfo yang ditekankan pada peningkatan kapasitas kelembagaan dan tata kelola *Media Center*. Dengan demikian, Ditjen IKP dan *Media Center* di daerah dapat saling berbagi informasi sehingga terwujud kesamaan acuan dan kerangka dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan masing-masing *Media Center*.

d) Monitoring

Kegiatan monitoring (pemantauan) dilakukan untuk menunjukkan perbandingan kecenderungan atau perkembangan berdasarkan beberapa indikator keberhasilan. Secara umum, aspek yang dimonitor adalah tingkat produktivitas, akses publik (jumlah dan

karakteristik pengunjung), ragam informasi, kualitas produk, dan kelancaran koordinasi.

Siklus pola kerja *Media Center* dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5
Siklus Pola Kerja *Media Center*

Keterangan:

—————> : Garis Koordinasi

2. Media Komunikasi Publik

a. Definisi Media Komunikasi Publik

Salah satu fungsi penting dalam kegiatan pelayanan publik adalah fungsi komunikasi yang menyalurkan informasi, baik dari pemerintah ke masyarakat ataupun sebaliknya dari masyarakat ke pemerintah. Melalui fungsi komunikasi, maka ide-ide, rasa ketidakpuasan, pujian dan kritik tentang kinerja pelayanan pemerintah dapat diketahui. Ketersediaan informasi yang memadai bagi publik serta kebebasan untuk memperoleh informasi merupakan elemen penting untuk mewujudkan pemerintahan yang terbuka serta bersih dari korupsi, kolusi dan nepotisme (KKN).

Sejalan dengan semangat keterbukaan informasi, perwujudan pemerintahan yang baik dapat dilakukan dengan menyediakan saluran komunikasi yang efektif agar dapat mendorong keterlibatan publik. Setiap lembaga pemerintahan wajib menyediakan sistem komunikasi publik yang memungkinkan masyarakat mengetahui segala informasi yang berkaitan dengan kebijakan pembangunan.

Komunikasi publik (*public communication*) menurut Deddy Mulyana (2005: 74) adalah, “komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenali satu persatu”. Beberapa pakar menggunakan istilah komunikasi kelompok besar (*large-group communication*) untuk komunikasi ini. Menurut Elvinaro Ardianto (2009: 4) bahwa:

Komunikasi massa dibedakan dari jenis komunikasi lainnya dengan suatu kenyataan bahwa komunikasi massa dialamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok, dan bukan hanya satu atau beberapa individu atau sebagian khusus populasi. Komunikasi massa juga mempunyai anggapan tersirat akan adanya alat-alat khusus untuk menyampaikan komunikasi agar komunikasi itu dapat mencapai pada saat yang sama semua orang dapat mewakili berbagai lapisan masyarakat.

Pedapat Ardianto tersebut, khalayak yang banyak dan tersebar itu dinyatakan dengan sejumlah populasi dan populasi tersebut merupakan representasi dari berbagai lapisan masyarakat. Artinya pesan tidak hanya ditujukan untuk sekelompok orang tertentu, melainkan untuk semua orang. Pendapat ini menunjukkan ciri komunikasi massa yang lain yaitu adanya unsur kesamaan

penerima pesan oleh komunikan, pesan yang dapat mencapai pada saat yang sama kepada semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat.

Media komunikasi publik menurut West Richard dan Lynn H. Turner (2009: 41),

Saluran-saluran atau cara pengiriman pesan-pesan massa. Media massa dapat berupa surat kabar, video, CD-ROM, komputer, TV dan radio. Media massa melebar pada media baru (*new media*), yang merupakan teknologi berbasis komputer. Teknologi komunikasi ini termasuk *e-mail*, internet, televisi, kabel digital, teknologi video seperti DVD, pesan instan telepon genggam.

Kesimpulan dari media komunikasi publik adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak/publik, menggunakan saluran-saluran komunikasi publik.

b. Karakteristik Media Komunikasi Publik

Media komunikasi publik sebagai sebuah sarana yang digunakan untuk memproduksi, reproduksi, mengolah dan mendistribusikan untuk menyampaikan sebuah informasi kepada masyarakat luas/publik, sangat berperan penting bagi kehidupan masyarakat. Secara sederhana, sebuah media komunikasi merupakan perantara dalam menyampaikan sebuah informasi dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan agar efisien dalam menyebarkan informasi atau pesan, sehingga media komunikasi publik memiliki beberapa karakteristik yang harus diperhatikan.

Adapun karakteristik yang dimiliki oleh media komunikasi massa antara lain adalah menurut Elvinaro Ardianto (2007: 13), yaitu:

- 1) Komunikator terlembagakan, komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.
- 2) Pesan bersifat umum, komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang.
- 3) Komunikatornya anonim dan heterogen, komunikator tidak mengenal komunikan dan terdiri dari berbagai lapisan masyarakat.
- 4) Media massa menimbulkan keserempakan, karena jumlah sasaran khalayaknya relatif banyak dan tidak terbatas.
- 5) Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan pesan disesuaikan dengan karakteristik media massa yang akan digunakan.
- 6) Komunikasi massa bersifat satu arah, karena hubungan timbal balik tertunda (*delayed feedback*).
- 7) Stimulasi alat indra terbatas, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa.
- 8) Umpan balik tertunda, komunikatornya tidak bisa merasakan langsung atas feedback komunikan.

Menurut Nurudin (2007: 19), karakteristik dari media komunikasi publik, yaitu:

Komunikator dalam komunikasi massa melembaga, komunikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen, pesannya bersifat umum, komunikasinya berlangsung satu arah, komunikasi massa menimbulkan keserempakan, komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis, dan komunikasi massa dikontrol oleh *Gatekeeper*.

Penjelasan lebih lengkap dari Nurudin akan dijelaskan, sebagai berikut:

- 1) Komunikator dalam komunikasi massa melembaga.

Komunikator dalam komunikasi massa bukan satu orang, tetapi kumpulan orang. Artinya, kumpulan antar berbagai macam unsur dan kerjasama satu sama lain dalam sebuah

lembaga. Lembaga yang dimaksud disini menyerupai sebuah sistem. Sistem itu adalah sekelompok orang, pedoman dan media yang melakukan suatu kegiatan mengolah, menyimpan, menuangkan ide, gagasan, simbol, lambang menjadi pesan dalam membuat keputusan untuk mencapai suatu kesepakatan dan saling pengertian satu sama lain dengan mengolah pesan itu menjadi sumber informasi.

Komunikator dalam komunikasi publik setidaknya memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a) Kumpulan individu, dalam berkomunikasi individu-individu itu terbatas perannya dengan sistem dalam media massa.
 - b) Pesan yang disebarkan atas nama media yang bersangkutan, dan bukan atas nama pribadi unsur-unsur yang terlibat.
 - c) Apa yang dikemukakan komunikator biasanya untuk mencapai keuntungan atau mendapatkan laba secara ekonomis.
- 2) Komunikasikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen.

Komunikasikan dalam komunikasi massa sifatnya heterogen/beragam. Artinya komunikasikan terdiri dari beragam pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial ekonomi, jabatan yang beragam, dan memiliki agama atau kepercayaan yang beragam pula. Ciri-ciri tentang komunikasikan, sebagai berikut:

- a) *Audience* dalam komunikasi massa sangatlah heterogen. Artinya, ia mempunyai heterogenitas komposisi atau susunan. Jika ditinjau dari asalnya, mereka berasal dari berbagai kelompok dalam masyarakat.
 - b) Berisi individu-individu yang tidak tahu atau mengenal satu sama lain. Disamping itu, antarindividu itu tidak berinteraksi satu sama lain secara langsung.
 - c) Mereka tidak mempunyai kepemimpinan atau organisasi formal.
- 3) Pesannya bersifat umum.

Pesan-pesan dalam komunikasi massa tidak ditujukan satu orang atau kelompok masyarakat tertentu. Dengan kata lain, pesan-pesannya ditujukan kepada khalayak plural. Oleh karena itu, pesan-pesan yang dikemukakan pun tidak boleh bersifat khusus. Khusus disini, artinya pesan memang tidak disengaja untuk golongan tertentu.

- 4) Komunikasi berlangsung satu arah.

Pada media massa, komunikasi hanya berjalan satu arah. Kita tidak bisa langsung memberikan respon kepada komunikatornya (media massa yang bersangkutan). Kalaupun bisa, sifatnya tertunda.

5) Komunikasi massa menimbulkan menimbulkan keserempakan.

Salah satu ciri komunikasi massa selanjutnya adalah adanya keserempakan dalam proses penyebaran pesannya. Serempak berarti khalayak bisa menikmati media massa tersebut hampir bersamaan.

6) Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis.

Media massa sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan kepada khalayaknya sangat membutuhkan bantuan peralatan teknis. Peralatan teknis yang dimaksud misalnya pemancar untuk media elektronik (mekanik atau elektronik). Televisi disebut media massa yang kita bayangkan saat ini tidak terlepas dari pemancar.

Apalagi dewasa ini telah terjadi revolusi komunikasi massa dengan perantara satelit. Peran satelit akan memudahkan proses pemancaran pesan yang dilakukan media elektronik seperti televisi. Bahkan saat ini sudah sering televisi melakukan siaran langsung (*live*) dan bukannya siaran yang direkam (*recorded*).

7) Komunikasi massa dikontrol oleh *Gatekeeper*

Gatekeeper atau yang sering disebut penapis informasi/palang pintu/penjaga gawang, adalah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa. *Gatekeeper* ini berfungsi sebagai orang yang ikut

menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disebarkan lebih mudah dipahami.

Gatekeeper juga berfungsi menginterpretasikan pesan, menganalisis, menambah data, dan mengurangi pesan-pesannya. Intinya *gatekeeper* merupakan pihak yang ikut menentukan pengemasan sebuah pesan dari media massa. Semakin kompleks sistem media yang dimiliki, semakin banyak pula (palang pintu atau penapis informasi) yang dilakukan. Bahkan bisa dikatakan, *gatekeeper* sangat menentukan berkualitas atau tidaknya informasi yang akan disebarkan. Baik buruknya dampak pesan yang disebarkan pun tergantung pada fungsi penapisan informasi atau pemalang pintu.

Media komunikasi publik memiliki beberapa karakteristik seperti yang dikemukakan oleh Cangara Harfield (2002: 134), antara lain:

- 1) Bersifat melembaga
- 2) Bersifat satu arah
- 3) Meluas dan serempak
- 4) Memakai peralatan teknis atau mekanis
- 5) Bersifat terbuka

Karakteristik media komunikasi publik seperti yang dikemukakan diatas memiliki karakteristik tertentu, antara lain ciri massif (*massive*) atau massa (massal), yakni tertuju kepada sejumlah orang yang relatif banyak. Secara umum media

komunikasi publik adalah alat yang digunakan dalam proses penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi, baik cetak maupun elektronik.

Berdasarkan karakter media komunikasi massa yang telah disebutkan di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi harus dapat disampaikan ke publik sebagai penerima informasi yang dibutuhkan secara terus menerus untuk menunjang kegiatan dalam masyarakat.

c. Bentuk Media Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah penyampaian mengenai informasi-informasi, pikiran, gagasan maupun komunikasi melalui perantara (media) kepada masyarakat umum. Media yang digunakan harus diperhatikan, agar segala macam informasi yang ingin disampaikan dapat diterima oleh masyarakat secara menyeluruh. Menurut Elvinaro Ardianto (2007: 103-116), “bentuk media komunikasi massa pada dasarnya dibagi menjadi dua kategori, yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media adalah surat kabar dan majalah, sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media adalah radio, televisi, film dan media *on-line* (internet)”. Setiap media memiliki kriteria yang khas, yaitu:

1) Surat kabar

Surat kabar sebagai media massa dalam orde baru mempunyai misi menyebarluaskan pesan-pesan pembangunan dan sebagai alat untuk mencerdaskan rakyat Indonesia.

Karakteristik surat kabar sebagai berikut:

a) Publisitas, adalah penyebaran pada publik atau khalayak.

Salah satu karakteristik komunikasi massa adalah pesan dapat dapat diterima oleh sebanyak-banyaknya khalayak yang tersebar di beberapa tempat, karena pesan tersebut penting untuk diketahui umum, atau menarik pada khalayak pada umumnya.

b) Perioditas, sifat perioditas sangat penting dimiliki media massa, khususnya surat kabar. Kebutuhan manusia akan informasi sama halnya dengan kebutuhan manusia akan makan, minum, dan pakaian. Setiap hari manusia membutuhkan informasi.

c) Universalitas, isi surat kabar meliputi seluruh aspek kehidupan manusia, seperti masalah sosial, ekonomi, budaya, agama, pendidikan, dan keamanan. Selain itu, lingkup kegiatannya bersifat lokal, regional, nasional, bahkan internasional.

- d) Aktualitas, merupakan laporan tercepat mengenai fakta-fakta atau opini yang penting atau menarik minat, atau kedua-duanya bagi sejumlah besar orang.
- e) Terdokumentasikan, berbagai fakta yang disajikan surat kabar dalam bentuk berita atau artikel, dapat dipastikan diantaranya yang oleh pihak-pihak tertentu dianggap penting untuk diarsipkan atau dibuat kliping

2) Majalah

Majalah dibagi kedalam kategori utama, yaitu:

- a) *General consumer magazine*, konsumen majalah ini siapa saja dan dapat diperoleh dimana saja. Majalah konsumen umum ini menyajikan tentang informasi produk dan jasa yang diiklankan di halaman-halaman tertentu.
- b) *Business publications*, majalah-majalah bisnis khusus melayani informasi tentang bisnis. Produk-produk yang diiklankan umumnya hanya dibeli oleh organisasi bisnis atau kaum *profesional*.
- c) *Literacy review and academic journal*, terdapat ribuan nama majalah kritik, sastra dan majalah ilmiah, yang pada umumnya memiliki sirkulasi dibawah sepuluh ribu, dan banyak diterbitkan oleh organisasi-organisasi *nonprofit*, universitas, yayasan atau organisasi *profesional*.

d) *Newsletter*, media ini mempublikasikan dengan bentuk khusus 3-8 halaman dengan tampilan khusus pula. Media ini didistribusikan secara gratis atau dijual secara berlangganan.

e) *Public relations magazine*, majalah ini diterbitkan oleh perusahaan dan dirancang untuk sirkulasi pada karyawan perusahaan, agen, pelanggan dan pemegang saham.

3) Radio

Pesan yang disusun untuk surat kabar akan sulit dimengerti oleh komunikan bila pesan itu disampaikan melalui siaran radio. Radio memiliki cara tersendiri dalam menyampaikan informasi, disebut dengan *broadcast style*. Gaya siaran radio ini disebabkan oleh sifat radio yang mencakup:

a) Auditori, karena kemampuan mendengar manusia itu terbatas maka informasi yang dapat diterima hanya selintas. Pendengar tidak dapat mendengar kemabali (*rehearing*) informasi yang tidak jelas diterimanya, karena pendengar tidak bisa meminta komunikator atau penyiar untuk mengulang kembali informasi tersebut, kecuali pendengar merekamnya.

b) *Radio is the now*, ditinjau dari nilai aktualitas berita paling aktual dibanding dengan dengan media massa lainnya.

Proses penyampain pesan lebih simpel dan radio siaran seringkali melakukan liputan langsung ditempat kejadian.

- c) Imajinatif, karena hanya indra pendengar yang digunakan, maka radio mengajak pendengar untuk berimajinasi membayangkan berita atau informasi tersebut.
 - d) Akrab, sifat siaran radio yang akrab seolah-olah penyiar berada disamping pendengar akan membuat pendengar akan mudah dalam menerima informasi yang diberikan dan tidak merasa bosan untuk mendengarkan.
 - e) Gaya percakapan, penyiar radio seolah-olah bertamu ke rumah atau menemui pendengar dimana pun mereka berada. Dalam keadaan demikian, penyiar tidak harus berbicara dengan semangat atau berteriak.
 - f) Menjaga mobilitas, penerima pesan jarang sekali mendengarkan radio dengan duduk dan mendekatkan telinga di radio, pada umumnya mereka mendengarkan dengan melakukan aktivitas lain.
- 4) Televisi

Karakteristik dari televisi adalah sebagai berikut:

- a) Audiovisual, televisi memiliki kelebihan, yakni dapat didengar sekaligus dapat dilihat (visual).
- b) Berpikir dalam gambar, pihak yang bertanggung jawab atas kelancaran acara televisi adalah pengarah acara. Pengarah

acara harus berpikir dalam gambar, begitu pula seorang komunikator yang akan menyampaikan informasi, pendidikan atau persuasi harus berpikir dalam gambar.

c) Pengoperasian lebih kompleks dan melibatkan banyak orang.

5) Film

Tujuan khalayak menonton film terutama untuk mendapatkan hiburan, akan tetapi dalam film dapat terkandung fungsi informatif, edukatif dan persuasif. Faktor-faktor yang menunjukkan karakteristik film, yaitu:

a) Layar yang luas, memberikan keleluasaan penonton untuk melihat adegan yang ditampilkan.

b) Pengambilan gambar, memungkinkan untuk jarak jauh sehingga pengambilan gambar harus penuh.

c) Konsentrasi penuh, pikiran penonton tertuju pada alur cerita sehingga emosi penonton juga akan terbawa suasana film.

d) Identifikasi psikologis, pengaruh film kepada penonton tidak hanya ketika duduk saat menonton film, tetapi akan terus berlangsung sampai waktu yang lama.

6) Internet

Misi awalnya adalah untuk menyediakan sarana bagi peneliti untuk mengakses data dari sejumlah sumber daya perangkat keras komputer yang mahal. Sekarang internet telah

berkembang menjadi ajang komunikasi yang cepat dan efektif, selain itu internet telah menjadi alat informasi dan komunikasi yang tidak dapat diabaikan.

Bentuk media komunikasi publik terbagi menjadi dua yaitu media cetak dan media elektronik, seperti yang dikemukakan oleh Karmilah, Soemirat dan Komala (2007: 61),

Media massa yang dapat memenuhi kriteria sebagai media cetak adalah surat kabar dan majalah, sedangkan media massa dalam bentuk elektronik memenuhi kriteria sebagai media massa adalah siaran radio dan siaran televisi.

Penjelasan lebih lengkap menurut pendapat di atas, sebagai berikut:

1) Media Cetak

Media cetak adalah media yang terdiri dari lembaran-lembaran kertas, kata-kata, gambar, kata-kata yang tanpa menggunakan energi elektromekanis (misalnya: poster).

Kekuatan media cetak, yaitu:

- a) Dapat dibaca berkali-kali dengan cara menyimpannya.
- b) Dapat membuat orang berfikir lebih spesifik tentang isi tulisan.
- c) Bisa disimpan atau *dicollect* isi informasinya.
- d) Harganya lebih terjangkau maupun dalam distribusi.
- e) Lebih mampu menjelaskan hal-hal yang bersifat kompleks atau rigid.

Kelemahan media cetak, yaitu:

- a) Dari segi waktu media cetak lambat dalam memberikan informasi.
 - b) Karena media cetak tidak dapat menyebarkan langsung berita yang terjadi pada masyarakat dan harus menunggu turun cetak.
 - c) Media cetak hanya dapat berupa tulisan.
 - d) Media cetak hanya dapat memberikan visual berupa gambar yang mewakili keseluruhan isi berita.
 - e) Biaya produksi yang cukup mahal karena media cetak harus mencetak dan mengirimkannya sebelum dapat dinikmati masyarakat.
- 2) Media Elektronik

Media elektronik adalah semua alat media yang menggunakan energi elektromekanis, bagi pengguna akhir/penonton dalam mengakses konten. Hal ini, berbeda dengan media cetak, yang tidak membutuhkan energi elektromagnetis untuk diakses oleh pengguna akhir dalam bentuk cetak. Media elektronik yang paling umum digunakan oleh masyarakat adalah rekaman video, rekaman audio, presentasi multimedia, presentasi slide, CD-ROM dan konten *online*.

Kelebihan media elektronik, yaitu:

- a) Dari segi waktu, media elektronik tergolong cepat dalam menyebarkan berita kemasyarakat.
- b) Media elektronik mempunyai audio visual yang memudahkan para audiens untuk memahami berita khususnya pada media elektronik berupa televisi.
- c) Media elektronik menjangkau masyarakat secara luas.
- d) Dapat menyampaikan berita secara langsung dari tempat kejadian.
- e) Dapat menampilkan proses terjadinya suatu peristiwa.
- f) Dapat dinikmati oleh semua orang, baik itu yang mengalami keterbelakangan mental.

Kelemahan media elektronik, yaitu:

- a) Dalam penyediaan berita pada media elektronik tidak dapat mengulang apa yang telah ditayangkan.
- b) Dari kedua jenis media komunikasi publik, keduanya adalah tetap menjadi wadah untuk tetap berkomunikasi dan menerima pesan-pesan informasi.

Pendapat yang serupa dikemukakan oleh Asep Syamsul M. Romli (2002: 6) mengenai media cetak yang dari segi formatnya terdiri dari:

- 1) Koran atau surat kabar (ukuran kertas *broadsheet* atau 1/2 plano)

- 2) Tabloid (*1/2 broadsheet*)
- 3) Majalah (*1/2 broadsheet* atau kertas ukuran folio atau kuarto)
- 4) Buku (*1/2 majalah*)
- 5) *Newsletter* (folio atau kuarto, jumlah halaman lazimnya 4-8 halaman)
- 6) Buletin (*1/2 majalah*, jumlah halaman lazimnya 4-8)

Berikut uraian mengenai media komunikasi publik, berupa media cetak pendapat Romli.

1) Surat kabar

Surat kabar merupakan media cetak yang terbit setiap hari secara teratur. Tulisannya dalam bentuk berita, artikel, *feature* (cerita *human interest* atau profil), tajuk. Informasi yang disajikan lengkap menjawab pertanyaan rumusan 5W + 1H. Isi informasi ditujukan untuk mempengaruhi atau mempersuasikan secara rasional/pikiran.

Kelebihan surat kabar adalah harganya murah, informasinya lengkap dan selalu *actual* (baru), mudah dan cepat menjangkau khalayak yang diinginkan, mudah dibawa dan disimpan. Sementara kekurangannya adalah isi pesan singkat, penyajian gambar/foto kurang menarik, pesan hanya bisa disampaikan bagi publik yang memiliki kemampuan membaca.

2) Majalah

Majalah adalah media yang digunakan untuk menghasilkan gagasan feature dan publisitas bergambar untuk bahan referensi di masa mendatang. Majalah biasanya terbit seminggu sekali dan dapat dibaca pada saat senggang atau santai.

Kelebihan majalah adalah menyajikan informasi yang tidak hanya menjawab secara lengkap pertanyaan 5W + 1H, tetapi juga tuntas dengan bahasan dari berbagai sisi, dicetak dengan kertas yang menarik dan berkualitas, sehingga mampu menampilkan gambar-gambar yang lebih menarik, publiknya khusus bisa disimpan dalam waktu yang lama sebagai bahan referensi. Sementara kelemahannya ialah pesan tidak bisa segera diperoleh publik, harganya relatif mahal, serta biaya produksi lebih mahal dari surat kabar.

Media elektronik menurut Diah Wardhani (2008: 30-31) yaitu, “televisi dan internet”. Penjelasan lebih lengkapnya sebagai berikut:

1) Televisi

Televisi adalah media yang mampu menyajikan pesan dalam bentuk suara, gerak, pandangan dan warna secara bersamaan, sehingga mampu menstimuli indera

pendengaran dan penglihatan. Kelebihan televisi ialah mampu menampilkan hal menarik yang ditangkap oleh indera pendengaran dan penglihatan, mampu menampilkan secara detail suatu peristiwa/kejadian, suatu produk karena mempengaruhi dua indera sekaligus, maka efek persuasinya lebih kuat ketimbang media lainnya, jumlah pemirsanya lebih banyak, sehingga merupakan media yang paling populer.

Kekurangannya adalah biaya produksi mahal, waktu yang dibutuhkan untuk proses produksi sampai selesai sangat lama, khalayaknya sangat heterogen sehingga sulit menjangkau publik sasaran yang diinginkan, peralatan peliputan sangat mahal dan rumit penggunaannya, bila tidak dipersiapkan dengan matang, maka pesan visual itu justru akan menciptakan *image* buruk.

2) Internet

Menurut Diah Wardhani (2008: 22-23), sebagian kalangan mengategorikan internet ke dalam media massa karena pesannya bisa diterima oleh banyak orang. Namun, ada pihak yang tidak sependapat dikarenakan karakteristik media internet sangat berlawanan dengan media massa. Informasi melalui media *online*, hanya dapat dibaca jika khalayak aktif mencari. Hal itulah yang menunjukkan

perbedaannya dengan media massa seperti televisi yang kini makin banyak dipilih masyarakat dalam memperoleh berita terkini.

Media internet memiliki beberapa karakteristik, yakni sifat komunikasinya dua arah (interaktif), komunikatornya bisa lembaga dan personal, isi pesannya lebih personal/individual, informasi diterima publiknya tidak serempak namun sesuai dengan kebutuhan komunikannya, serta publiknya homogen.

Kesimpulannya, bentuk media komunikasi publik yang terdiri dari media cetak dan media elektronik tersebut memiliki kriteria masing-masing yang harus diperhatikan oleh setiap penggunaannya agar penggunaan dapat sesuai dengan kebutuhan dan informasi yang akan diberikan kepada publik dapat tersampaikan dengan baik.

d. Fungsi Media Komunikasi Publik

Media komunikasi publik memang digunakan untuk menyampaikan segala macam informasi kepada publiknya. Hal ini telah mendorong sejumlah fungsi yang dulu dilakukan oleh lembaga sosial lainnya. Fungsi media komunikasi publik menurut Elvinaro Ardianto (2007: 14) terdiri dari “pengawasan (*surveillance*), *interpretation* (penafsiran), keterkaitan (*linkage*),

penyebaran nilai (*transmission of values*) dan hiburan (*entertainment*)". Penjelasan mengenai fungsi media komunikasi publik, sebagai berikut:

1) Pengawasan (*Surveillance*)

Fungsi pengawasan dapat dibagi ke dalam dua jenis, yaitu:

a) Pengawasan Peringatan (*Warning or Beware Surveillance*)

Fungsi ini terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman serius bagi masyarakat yang dimuat oleh media.

b) Pengawasan Instrumental (*Instrumental Surveillance*)

Fungsi ini merupakan penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.

2) Interpretasi (*Interpretation*)

Fungsi ini erat sekali kaitannya dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya menyediakan data dan fakta, tetapi juga informasi beserta interpretasi mengenai suatu peristiwa tertentu.

3) Hubungan (*Linkage*)

Media massa mampu menggabungkan unsur-unsur yang terdapat di dalam masyarakat yang tidak bisa dilakukan secara langsung oleh saluran perorangan.

4) Penyebaran Nilai-Nilai (*Transmission Of Value*)

Fungsi ini juga sosial (*socialization*), sosialisasi mengacu pada cara dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambar masyarakat itu ditonton, didengar, dan dibaca. Media massa memperlihatkan pada kita bagaimana mereka berindak dan apa yang diharapkan mereka. Dengan kata lain, media mewakili dengan model peran yang kita amati dan harapkan untuk menirunya.

5) Hiburan (*Entertainment*)

Meskipun fungsi utamanya adalah informasi dalam bentuk pemberitaan, rubrik-rubrik hiburan selalu ada.

Onong Uchjana Effendy (2003: 29), menjelaskan sebagai berikut:

- 1) Penafsiran (*interpretation*), fungsi penafsiran ini berbentuk komentar dan opini yang ditujukan kepada khalayak, serta dilengkapi perspektif (sudut pandang) terhadap berita atau tayangan yang disajikan.
- 2) Pertalian (*linkage*), dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam sehingga membentuk pertalian berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.
- 3) Penyebaran nilai-nilai (*transmission of values*), dengan cara media massa itu ditonton, didengar, dan dibaca. Media massa itu memperlihatkan kepada kita bagaimana bertindak dan apa yang diharapkan oleh mereka.
- 4) Hiburan (*entertainment*), berfungsi sebagai penghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak.
- 5) Fungsi informasi, media massa berfungsi sebagai penyebar informasi bagi pembaca, pendengar, atau pemirsa.

- 6) Fungsi pendidikan, salah satu media massa dalam memberikan pendidikan adalah dengan pengajaran etika, nilai, serta aturan-aturan yang berlaku bagi pembaca atau pemirsa.
- 7) Fungsi mempengaruhi, secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, *features*, iklan, artikel dan sebagainya.
- 8) Fungsi proses pengembangan mental, media massa erat kaitannya dengan perilaku dan pengalaman kesadaran manusia.
- 9) Fungsi adaptasi lingkungan, yaitu menyesuaikan diri terhadap lingkungan dimana khalayak dapat beradaptasi dengan lingkungannya dengan dibantu oleh media massa, ia bisa lebih mengenal bagaimana keadaan lingkungannya melalui media massa.
- 10) Fungsi memanipulasi lingkungan, berusaha untuk mempengaruhi, komunikasi yang digunakan sebagai alat kontrol utama dan pengaturan lingkungan.
- 11) Fungsi meyakinkan (*to persuade*):
 - a) Mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan atau nilai seseorang.
 - b) Mengubah sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang.
 - c) Menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu.

Pendapat dari Effendy sebenarnya hampir sama dengan pendapat yang dikemukakan oleh Ardianto terkait fungsi media komunikasi publik, namun ada beberapa hal yang diperhatikannya yaitu terkait fungsi mempengaruhi, sebagai proses pengembangan mental, proses adaptasi lingkungan, mampu memanipulasi lingkungan dan untuk meyakinkan publik.

Menurut Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 tahun 2015 Tentang Pengelolaan Komunikasi Publik, yaitu:

- 1) Menyampaikan data dan informasi terkait dengan pelaksanaan tugas dan fungsi kepada Menteri Komunikasi dan Informatika secara berkala.
- 2) Menyebarkan kepada publik narasi tunggal dan data pendukung lainnya yang disusun oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika terkait dengan kebijakan dan program pemerintah.

- 3) Menyampaikan setiap kebijakan dan program pemerintah secara lintas sektoral dan lintas daerah kepada publik secara cepat dan tepat.
- 4) Menyampaikan informasi melalui berbagai saluran komunikasi kepada masyarakat secara tepat, cepat, obyektif, berkualitas baik, berwawasan nasional, dan mudah dimengerti terkait dengan kebijakan dan program pemerintah.

Pendapat-pendapat diatas dapat disimpulkan, bahwa fungsi media komunikasi publik sangat beragam selain sebagai media untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat luas dan menjaga hubungan dengan masyarakat luas, ada beberapa hal yang sangat penting untuk diperhatikan bahwa media komunikasi publik harus mampu menyebarkan nilai-nilai yang baik dimasyarakat.

e. Efek Komunikasi Publik

Setiap proses komunikasi mempunyai hasil akhir yang disebut dengan efek. Efek muncul dari seseorang yang menerima pesan komunikasi baik secara sengaja maupun tidak sengaja.

Pendapat Elvinaro Ardianto (2007:48) mengungkapkan bahwa “efek hanyalah perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa”. Oleh karena fokusnya pesan, maka efek harus berkaitan dengan pesan yang disampaikan media massa.

Menurut Onong Uchjana Effendy (2006:18) yang termasuk dalam efek komunikasi massa adalah sebagai berikut: “efek kognitif (pikiran/penalaran), efek afektif (perasaan), dan efek konatif (niat dan tekad)”. Penjelasan mengenai efek dalam

komunikasi massa menurut Onong Uchjana Effendy adalah sebagai berikut:

1) Efek Kognitif

Efek kognitif berhubungan dengan pikiran atau penalaran, sehingga khalayak yang semula tidak tahu, yang tadinya tidak mengerti, yang tadinya bingung menjadi lebih jelas.

2) Efek Afektif

Efek afektif berkaitan dengan perasaan, akibat dari membaca suatu artikel misalnya menimbulkan perasaan senang, sedih, semangat, dan lain sebagainya.

3) Efek Konatif

Efek ini bersangkutan dengan niat, tekad, upaya, usaha yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan. Efek konatif sering disebut dengan *efek behavioral*. Efek konatif tidak langsung timbul sebagai akibat terpaan media massa, melainkan didahului oleh efek kognitif dan/atau efek afektif.

Pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa efek merupakan hasil akhir dari suatu proses komunikasi yang dapat berupa efek kognitif (berhubungan dengan pikiran/penalaran), efek afektif (berkaitan dengan perasaan), dan efek konatif (bersangkutan dengan niat, upaya, tekad, dan usaha).

B. Hasil Penelitian yang Relevan

1. Penelitian yang dilakukan oleh Dedy Riyadin Saputro Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2009, dalam skripsinya yang berjudul “Aktivitas Humas dalam Menjalankan Media Relations (Studi Deskriptif pada Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta). Hasil penelitian menunjukkan bahwa, bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta terbagi dalam dua bagian. Pertama, aktivitas humas yang bersifat formal tugasnya menangani pengiriman *press release*, *press conference*, menjalin kerjasama dengan berbagai media baik cetak maupun elektronik. Kedua, aktivitas humas yang bersifat *non-formal* yang pekerjaannya memberikan pelayanan kepada media, menangani hubungan secara personal, dan melaksanakannya berbagai macam event spesial seperti *Walikota Award*.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu bagian humas memiliki sedikit sumber daya manusia yang bekerja sedangkan tugas yang harus dilaksanakan banyak macamnya. Perbedaan dari penelitian yang dilakukan adalah mengenai keberadaan *Media Center* sebagai salah satu bagian dari humas untuk membantu pelayanan informasi kepada masyarakat atau sebaliknya tidak disinggung dalam penelitian ini.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Alfi Rachmadi Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Surabaya tahun 2015, dalam skripsinya yang berjudul “Kualitas Pelayanan Publik *Media Center* di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di *Media Center* yang ada di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya dikatakan cukup baik dilihat dari dimensi Bukti langsung (*Tangibles*) menyangkut kelengkapan sarana dan prasarana fasilitas penunjang serta penampilan para pegawai sudah baik, rapi, dan sopan. Keandalan (*Reability*) menyangkut pelayanan petugas yang diberikan secara segera, akurat dan memuaskan. Daya tanggap (*Responsiveness*) menyangkut sikap dari petugas dengan tanggap serta peduli. Jaminan (*Assurance*) menyangkut jaminan pelayanan para petugas *Media Center* dengan memberikan pelayanan yang aman dan bebas dari resiko, dan Empati yang meliputi kemudahan para staf dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan. Namun, masih ada masalah terkait sosialisasi tentang *Media Center* terhadap masih adanya pandangan dari masyarakat dinilai apatis, pesimis, cuek sehingga hanya ada sedikit orang yang tahu keberadaan dan memanfaatkan pelayanan *Media Center* yang tanpa dipungut biaya.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu terkait dengan keberadaan *Media Center*

sebagai bagian dari pelayanan informasi dan penanganan pengaduan. Akan tetapi, memiliki perbedaan yang sangat jelas bahwa penelitian ini fokus untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan *Media Center* kepada publik sedangkan penelitian yang dilakukan terkait peran keberadaan *Media Center* bagi masyarakat dan Pemerintah Kabupaten.

C. Kerangka Pikir

Humas merupakan salah satu bagian dari suatu instansi yang mempunyai tugas memahami dan mengevaluasi berbagai opini publik atau isu publik yang berkembang terhadap suatu instansi yang digunakan sebagai masukan terhadap berbagai kebijakan agar tercipta keharmonisan antara suatu instansi dengan publiknya sebagai tujuan akhir. Humas sebagai komunikator publik harus mampu menyampaikan segala macam informasi kepada masyarakat dengan baik.

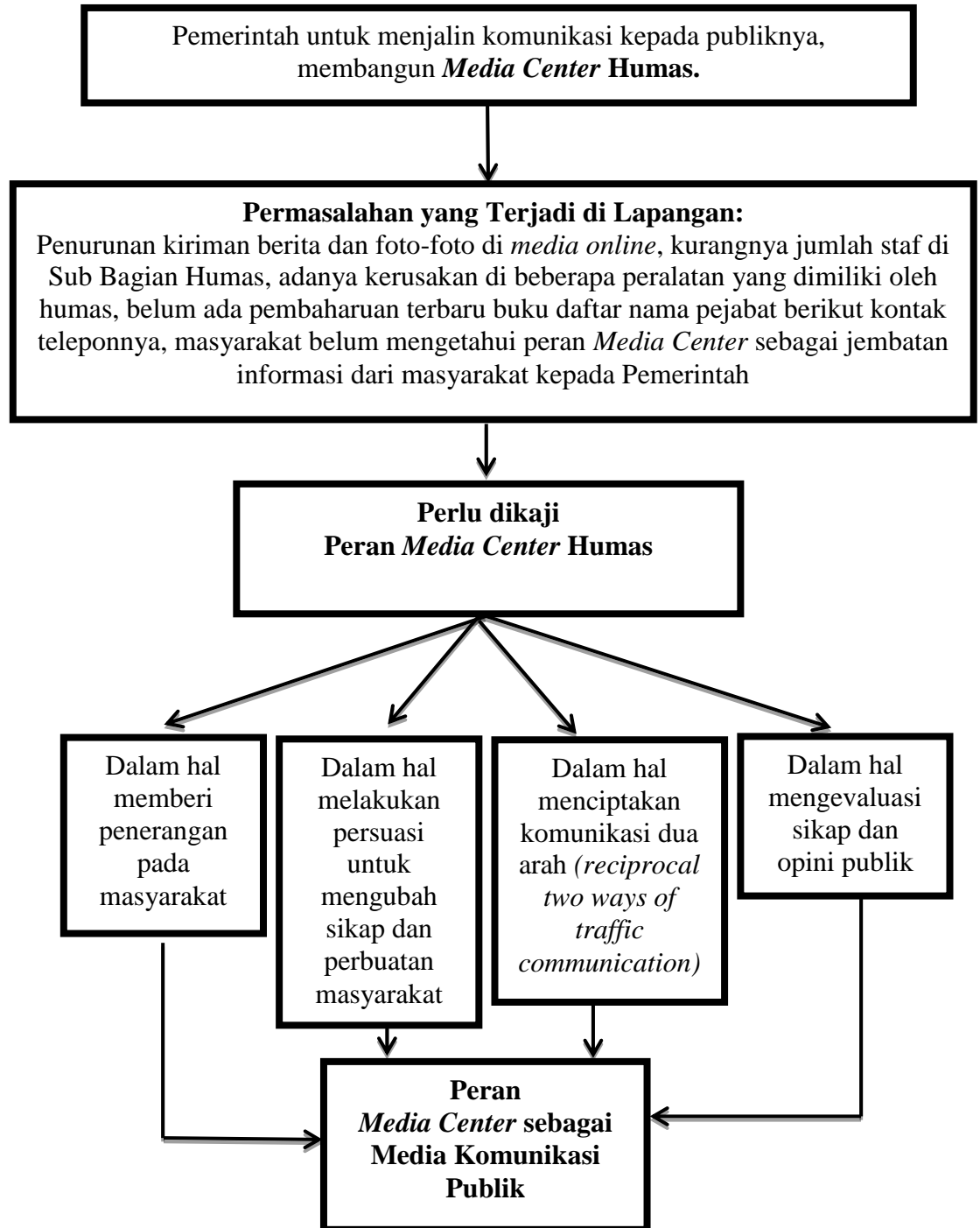
Sejalan dengan semangat keterbukaan informasi, perwujudan pemerintah yang baik dapat dilakukan dengan menyediakan saluran komunikasi yang efektif agar dapat mendorong keterlibatan publik. Setiap lembaga pemerintah wajib menyediakan sistem komunikasi publik yang memungkinkan masyarakat mengetahui segala informasi yang berkaitan dengan kebijakan pembangunan. Atas dasar itulah, *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo dibentuk sebagai salah satu upaya untuk mendukung pertukaran informasi secara tepat, cepat dan akurat.

Permasalahan di lapangan yang masih terjadi antara lain: adanya penurunan kiriman berita dan foto-foto di *media online* www.infopublik.org milik Dirjen IKP Kemkominfo, sehingga berita/informasi tidak terbaru. Jumlah staf kurang di Sub Bagian Humas yang terdiri dari 4 orang dengan 1 orang Kasubag, sehingga dalam waktu-waktu tertentu pekerjaan sangat tinggi dan sulit melaksanakan tugas pekerjaan masing-masing jabatan dengan baik. Kerusakan di beberapa peralatan yang dimiliki oleh Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, sehingga kerja humas terganggu. Pembaharuan terbaru belum ada dari buku daftar nama pejabat berikut kontak teleponnya, sehingga masyarakat kesulitan jika ingin mengetahui informasi terkait pejabat yang bersangkutan. Terakhir masyarakat belum mengetahui peran *Media Center* sebagai jembatan informasi Pemerintah untuk memberikan informasi kepada masyarakat, dan merupakan fasilitas Pemda kepada masyarakat luas untuk menyalurkan aspirasinya. Padahal masyarakat sekitar *Media Center* mengetahui gedung *Media Center* namun mayoritas masyarakat belum dan tidak mengetahui tentang peran dari *Media Center* tersebut.

Sehingga, peran *Media Center* Humas Kulon Progo perlu dikaji kembali dalam hal memberi penerangan pada masyarakat, melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat, menciptakan komunikasi dua arah (*reciprocal two ways of traffic communication*), dan mengevaluasi sikap & opini publik. Apabila keempat hal tersebut dapat

diterapkan oleh *Media Center* Humas Kulon Progo, maka telah melaksanakan peran *Media Center* sebagai komunikasi publik.

Kerangka pikir tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 6
Alur Kerangka Pikir Penelitian

D. Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian difokuskan untuk memperoleh data yang akurat serta mempermudah analisa data, peneliti menyusun beberapa pertanyaan yaitu:

1. Bagaimana peran *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo sebagai pemberi penerangan kepada masyarakat?
2. Bagaimana peran *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo dalam melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat?
3. Bagaimana peran *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo dalam menciptakan komunikasi dua arah (*reciprocal two ways of traffic communication*) dengan publik/ masyarakat?
4. Bagaimana peran *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo setiap mengevaluasi sikap dan opini publik yang masuk?

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kualitatif. Dalam penelitian kualitatif besaran populasi atau sampling tidak menjadi tolak ukur, bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas. Peneliti berupaya mendapatkan data deskriptif yang didapatkan dengan mengamati, berbicara dan memahami perilaku orang yang diobservasi.

Melalui tipe ini peneliti menggambarkan berbagai kondisi, situasi atau berbagai fenomena yang berkaitan dengan peran *Media Center* Humas pemerintah kabupaten sebagai media komunikasi publik bagi masyarakat dan Pemerintah Kabupaten Kulon Progo. Data atau informasi yang diperoleh dideskripsikan sesuai dengan kenyataan yang ada di lapangan dan disajikan dalam bentuk kata-kata atau kalimat yang kemudian ditarik suatu kesimpulan.

B. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan benda, hal, atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat dan yang dipermasalahkan. Subjek penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa subjek dapat memberi informasi yang selengkap-lengkapnyanya dan relevan dengan tujuan penelitian.

Penentuan subjek dalam penelitian dilakukan dengan metode *purposive sampling* dan *snowball sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (misalnya orang tersebut dianggap tahu tentang informasi yang diperlukan dalam penelitian ini). *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang lengkap, maka harus mencari orang lain yang dapat digunakan sebagai sumber data.

Subjek penelitian berjumlah 9 (sembilan) orang yaitu Kepala Sub Bagian Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo dan Pengelola *Media Center* Humas Kulon Progo sebagai informan kunci (*key person*) yang secara langsung melaksanakan kegiatan di *Media Center*. Sedangkan, untuk subjek pendukung terdiri dari satu wartawan senior Kulon Progo sekaligus ketua Paguyuban Wartawan Kulon Progo (PWKP) dan 6 (enam) orang masyarakat Kulon Progo.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo yang beralamat di Jalan Tamtama No. 3 Wates Kulon Progo dan Alun - Alun Wates Kulon Progo. Waktu penelitian yaitu pada bulan Agustus 2016 sampai dengan September 2016.

D. Definisi Operasional Variabel

Peran *Media Center* sebagai jembatan informasi dari Pemerintah kepada masyarakat sebagai media komunikasi publik, meliputi memberi penerangan pada masyarakat, melakukan persuasi untuk mengubah sikap & perbuatan masyarakat, menciptakan komunikasi dua arah (*reciprocal two ways of traffic communication*), dan mengevaluasi sikap & opini publik. Peran *Media Center* menggunakan indikator sebagai berikut:

1. Memberi penerangan pada masyarakat, terdiri dari membangun media-media komunikasi publik, mengelola media-media komunikasi publik, mencari & mengelola informasi yang bermanfaat bagi publik, dan memberikan pengawasan pelaksanaan komunikasi publik.
2. Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat, terdiri dari pengelolaan informasi yang tepat, mampu menyebarkan nilai-nilai yang baik kepada masyarakat, dan merubah cara masyarakat dalam menyampaikan pendapat.
3. Menciptakan komunikasi dua arah (*reciprocal two ways of traffic communication*), terdiri dari pelaksanaan komunikasi dua arah, terjadi umpan balik dalam komunikasi dan komunikasi menciptakan efek.
4. Mengevaluasi sikap dan opini publik, terdiri dari peka dan tanggap terhadap kepentingan publik, memberikan tanggapan terhadap opini yang masuk, dan evaluasi tentang opini yang masuk.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Teknik observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap peristiwa yang sedang berlangsung. Dalam hal ini, peneliti menjadi pengamat independen terhadap aktivitas yang terjadi di Media Center Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo. Fokus observasi dilakukan terhadap tiga komponen utama yaitu ruang tempat (*space*), pelaku (aktor) dan aktivitas (kegiatan). Teknik observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi terstruktur.

2. Wawancara

Teknik wawancara dilakukan untuk memperoleh data secara mendalam. Pedoman wawancara dengan tujuan agar wawancara tidak menyimpang dari permasalahan. Teknik wawancara memungkinkan responden atau subjek yang diteliti berhadapan muka secara langsung atau *face to face*, kemudian menanyakan sesuatu yang telah direncanakan dalam pedoman wawancara kepada responden. Hasilnya dicatat sebagai informasi penting dalam penelitian.

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan Kepala Sub Bagian Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, pengelola *Media*

Center Humas Kulon Progo, wartawan senior Kulon Progo, serta masyarakat pengguna *Media Center* Humas Kulon Progo.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data yang telah tersedia dalam bentuk arsip atau buku yang mendukung penelitian dan kemudian dibandingkan dengan wawancara dan observasi. Pengumpulan data dengan melihat dan mengamati secara langsung yang berhubungan dengan sejarah berdirinya *Media Center*, visi dan misi, program kerja, struktur organisasi, arsip pegawai, daftar hadir pegawai, daftar kunjungan, daftar aduan masyarakat dan dokumen/foto kegiatan yang dilaksanakan *Media Center*.

F. Instrumen Penelitian

Berdasarkan teknik pengumpulan data yang digunakan, maka instrumen penelitian ini adalah pedoman observasi, pedoman wawancara dan pedoman dokumentasi.

1. Pedoman Observasi

Pedoman observasi merupakan alat yang digunakan untuk mengamati dan mencatat secara sistematis terhadap segala hal yang terjadi di lapangan. Kisi – kisi pedoman observasi dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1
Kisi - kisi Pedoman Observasi

No	Aspek	Keterangan
1	Sarana dan Prasarana <i>Media Center</i>	
2	Kegiatan di <i>Media Center</i>	
3	Media Sosialisasi yang digunakan <i>Media Center</i>	
4	Lingkungan <i>Media Center</i>	

2. Pedoman Wawancara

Wawancara dilakukan dengan cara mempersiapkan pedoman terlebih dahulu, agar wawancara fokus pada masalah dan tidak ada penyimpangan. Kisi – kisi pedoman wawancara dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2
Kisi-kisi Pedoman Wawancara

No	Sub Variabel	Indikator
1	Memberi penerangan pada masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> a. Membangun media-media komunikasi publik b. Mengelola media-media komunikasi publik. c. Mencari & menyampaikan informasi yang bermanfaat bagi publik. d. Memberikan pengawasan pelaksanaan komunikasi publik.
2	Melakukan persuasi untuk mengubah sikap & perbuatan masyarakat.	<ul style="list-style-type: none"> a. Pengelolaan informasi yang tepat. b. Menyebarkan nilai-nilai yang baik kepada masyarakat. c. Merubah cara masyarakat dalam menyampaikan pendapat.
3	Menciptakan komunikasi dua arah (<i>reciprocal two ways of traffic communication</i>).	<ul style="list-style-type: none"> a. Pelaksanaan komunikasi dua arah. b. Adanya umpan baik dalam komunikasi. c. Komunikasi menciptakan efek.
4	Mengevaluasi sikap dan opini publik.	<ul style="list-style-type: none"> a. Peka dan tanggap terhadap kepentingan publik. b. Memberikan tanggapan terhadap opini yang masuk. c. Evaluasi tentang opini yang masuk.

3. Pedoman Dokumentasi

Pedoman dokumentasi berisi catatan atau hasil laporan dan keterangan-keterangan secara tertulis, tergambar maupun tercetak mengenai hal-hal yang dibutuhkan untuk melengkapi dan memperkuat jawaban pada hasil observasi dan wawancara. Kisi – kisi pedoman dokumentasi dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3
Kisi-kisi Pedoman Dokumentasi

No	Nama Dokumen	Keterangan
1	Sejarah Berdirinya <i>Media Center</i>	
2	Visi dan Misi <i>Media Center</i>	
3	Program Kerja <i>Media Center</i>	
3	Struktur Organisasi <i>Media Center</i>	
4	Arsip Pegawai <i>Media Center</i>	
5	Daftar Hadir Pegawai <i>Media Center</i>	
6	Daftar Kunjungan <i>Media Center</i>	
7	Daftar Aduan Masyarakat	
8	Dokumen/Foto Kegiatan <i>Media Center</i>	

G. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah model analisis data model *Miles and Huberman* bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus secara tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Tahapan dalam analisis data menggunakan model interaktif dari *Miles and Huberman*, yaitu *data reduction, data display and conclusion drawing/verification* (Sugiyono, 2010: 337).

Adapun uraian dari gambar analisis tersebut, sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Pengumpulan data merupakan prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh sumber data. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Setelah data terkumpul disajikan dalam bentuk transkrip wawancara, deskripsi dokumentasi dan hasil pengamatan.

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan proses pemilihan, penyederhanaan data yang telah dikumpulkan dari lapangan. Data dari hasil wawancara semua informan dikelompokkan sesuai pertanyaan wawancara yang sama. Data kemudian digolongkan, diarahkan, dipilih atau dibuang yang tidak perlu kemudian disimpulkan garis-garis besar hasil dari wawancara yang selanjutnya dikelompokkan dengan hasil observasi dan dokumentasi yang berkaitan.

3. Penyajian Data (*Display*)

Data yang direduksi kemudian data dibuat pola-pola khusus yang sesuai dengan pokok permasalahan sehingga data tersebut dapat memberikan informasi yang jelas. Data yang telah dirangkum selanjutnya dideskripsikan dalam bentuk deskripsi sesuai dengan rumusan masalah penelitian yaitu memberi penerangan pada masyarakat, melakukan persuasi untuk mengubah sikap & perbuatan

masyarakat, menciptakan komunikasi dua arah (*reciprocal two ways of traffic communication*), dan mengevaluasi sikap & opini publik.

4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion, Drawing/Verifying*)

Penarikan kesimpulan merupakan kegiatan akhir dari analisis data. Data yang telah dideskripsikan dalam *display data* kemudian disajikan dalam hasil penelitian. Dalam pendiskripsian hasil penelitian disertai bukti-bukti lapangan dari wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian tersebut kemudian dibandingkan dengan teori. Hasil akhir berupa kesimpulan serta saran terhadap pelaksanaan pengelolaan arsip.

H. Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian kualitatif sangat penting, karena penelitian kualitatif harus mengungkap kebenaran yang objektif. Melalui keabsahan data kredibilitas (kepercayaan) penelitian kualitatif dapat tercapai. Penelitian ini untuk mendapatkan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi. Triangulasi untuk pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Triangulasi dibedakan menjadi tiga macam yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu. Triangulasi waktu dilakukan pengecekan dengan wawancara, observasi, atau teknik lain dalam waktu dan situasi yang berbeda. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dari berbagai

sumber yang nantinya digunakan dalam menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber.

Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi dengan sumber dan teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara peneliti mengecek dan menganalisis data dari berbagai sumber untuk mengetahui bagaimana peran *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo yang menjadi sumber data utamanya adalah pihak Kepala Sub Bagian Humas dan Pengelola *Media Center*. Triangulasi teknik dilakukan dengan menguji kredibilitas data dengan mengecek data kepada sumber yang sama tetapi dengan teknik yang berbeda.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Profil *Media Center* Humas Kulon Progo

a. Sejarah Berdirinya *Media Center* Humas Kulon Progo

Media Center merupakan bagian dari TI dan Humas Setda Kulon Progo yang pembangunannya mendapat kepercayaan dari pemerintah Pusat melalui Badan Informasi Publik (BIP) Departemen Komunikasi dan Informatika (Depkominfo) Republik Indonesia, untuk mengembangkan pembangunan Teknologi Informasi (TI) ditengah-tengah masyarakat, dengan bantuan sarana Penguatan *Media Center* daerah. Bangunan *Media Center* Humas Kulon Progo dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 7
***Media Center* Humas Kulon Progo**

Media Center Kulon Progo diresmikan oleh Bupati Kulon Progo H. Toyo Santoso Dipo pada malam pergantian tahun 2009 (31 Desember 2008), terletak di kompleks Pemerintah Kabupaten Kulon Progo tepatnya berada di jalan Tamtama No 3 Wates atau timur Alun-Alun Wates dengan menempati sebuah gedung tua bekas kantor perijinan bercorak bangunan Belanda yang saat ini menjadi cagar budaya. Penanda peresmian gedung *Media Center* Humas Kulon Progo dapat dilihat pada gambar 8.



Gambar 8.
**Penanda Presemian Gedung *Media Center* Humas
Kulon Progo**

Media Center Humas Kulon Progo pada tahun 2011 masuk peringkat 10 besar terbaik tingkat nasional, tepatnya menempati urutan ke-enam. Pada bulan November 2015, gedung *Media Center* Humas Kulon Progo dilakukan renovasi, gedung direkonstruksi secara bertahap untuk dikembalikan ke bentuk asli mengingat gedung *Media Center* Humas merupakan cagar budaya

yang usianya lebih dari 50 tahun. Saat ini, gedung *Media Center* Humas Kulon Progo terbagi menjadi 7 ruangan yaitu ruang tamu/resepsionis, ruang sub bagian data dan informasi, ruang sub bagian humas, ruang rapat, ruang *press release*/wartawan dan gazebo untuk baca koran.

Jumlah pegawai Bagian TI dan Humas Setda Kulon Progo yaitu 20 orang, namun khusus untuk pengelola *Media Center* Humas Kulon Progo berjumlah 5 orang. Data pegawai bagian TI dan Humas Setda Kulon Progo dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4
Data Pegawai Bagian TI dan Humas Setda Kulon Progo

NO	NAMA	PANGKAT/ GOLONGAN
1.	Drs. Ariadi MM	Pembina/ IV a
2.	Cahyono, ST	Penata TK I/ III d
3.	Jauhari Ahmad, A. Md.	Penata Muda TK I/III b
4.	Bagyo Purwanto, A.Md.	Penata Muda TK I/III b
5.	R.M. Zuhdhi Malik, A.Md.	Penata Muda TK I/III b
6.	Anita Fajar Rianti, A.Md.	Penata Muda/III a
7.	Tahuchid, A.Md.	Penata Muda/III a
8.	Bambang Sulityanto, A.Md.	Pengatur TK I/Iid
9.	Fitri Nugraheni, A.Md.	Pengatur TK I/Iid
10.	Arning Rahayu, S.IP	Penata TK I/III/d
11.	Ir. Heri Budi Santoso	Penata TK I/III/d
12.	Gunawan Edy Nugroho, S.Sn	IIIc/Penata Muda TK I
13.	Zuhri Istanto, S.ST	Penata Muda TK I/III/b
14.	Akhmad Tribiyanto S.ST	Penata Muda TK I/III/b
15.	Heri Widada, S.IP	IIIc/Penata
16.	Sutrisno Purwoto, S.IP	IIIc/Penata
17.	Burhanudin	IIIb/Penata Muda TK I
18.	Tumiati	IIIb/Penata Muda TK I
19.	Suharyana	Penata Muda/ III a
20.	Ngadiyanto	IIIb/ Penata Muda TTK I

Keterangan: Huruf yang ditebalkan merupakan pegawai bagian TI dan Humas Setda Kulon Progo yang bekerja di *Media Center* Humas Kulon Progo.

Media Center Humas Kulon Progo didukung dengan keberadaan Jurnalis/ Wartawan di lingkungan Kabupaten Kulon Progo berjumlah 26 orang dari Wartawan surat kabar, televisi, radio dan *online*. Data wartawan/jurnalis di lingkungan *Media Center* Humas Kulon Progo dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5
Data Wartawan/ Jurnalis di Lingkungan *Media Center* Humas Kulon Progo

NO	NAMA JURNALIS	MEDIA	JENIS MEDIA
1.	Heri Purwata	Republika	Surat Kabar
2.	Sri Widodo	Bernas Jogja	Surat Kabar
3.	Asrul Sani	Kedaulatan Rakyat	Surat Kabar
4.	R. Agus Sutata	Kedaulatan Rakyat	Surat Kabar
5.	Dra. Hj. RR. Widiastuti	Kedaulatan Rakyat	Surat Kabar
6.	Panuju Triangga	Suara Merdeka	Surat Kabar
7.	Hendri Utomo	Radar Jogja	Surat Kabar
8.	Kuntadi	Seputar Indonesia	Surat Kabar
9.	Sekar Langit	Harian Jogja	Surat Kabar
10.	Rima Sekarani	Harian Jogja	Surat Kabar
11.	Yosep HW/ OSE	Tribun Jogja	Surat Kabar
12.	Amin Kuntari	Merapi	Surat Kabar
13.	Ridho Junyanto	Metro TV	TV
14.	Kristianto Nugroho	SCTV	TV
15.	Basuki Budi Utomo	MNC	TV
16.	Muhamad Sugeng	Krisna TV	TV
17.	Praswati	NET TV	TV
18.	Dian	TVRI	TV
19.	Putut	TV ONE	TV
20.	Ahmadi	RTV	TV
21.	Yadi Haryadi alias Riyadi	Radio Suara Pasar	Radio
22.	Muhammad Dani Ardiyanto, SH	KR Radio	Radio
23.	Harun Susanto	RRI	Radio
24.	Surtami alias Mamik	Antara	Online
25.	Bambang Jati Asmoro	Sorot Media	Online
26.	M. Nasir	Cendana News	Online

b. Visi dan Misi *Media Center* Humas Kulon Progo

Media Center Humas Kulon Progo merupakan lembaga di bawah Bagian Teknologi Informasi dan Hubungan Masyarakat yang merupakan bagian dari Setda Kulon Progo. *Media Center* Humas Kulon Progo memiliki Visi sebagai berikut:

VISI:

Media Center Humas Kulon Progo mempunyai fungsi penyusunan kebijakan Pemerintah Daerah, koordinasi pelaksanaan tugas Dinas Daerah dan Lembaga Teknis Daerah, pemantauan dan evaluasi pelaksanaan kebijakan Pemerintahan Daerah, pembinaan administrasi dan aparatur Pemerintah Daerah dan pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai fungsi dan tugasnya.

Berdasarkan penjelasan VISI di atas, *Media Center* Humas Kulon Progo mempunyai MISI sebagai berikut:

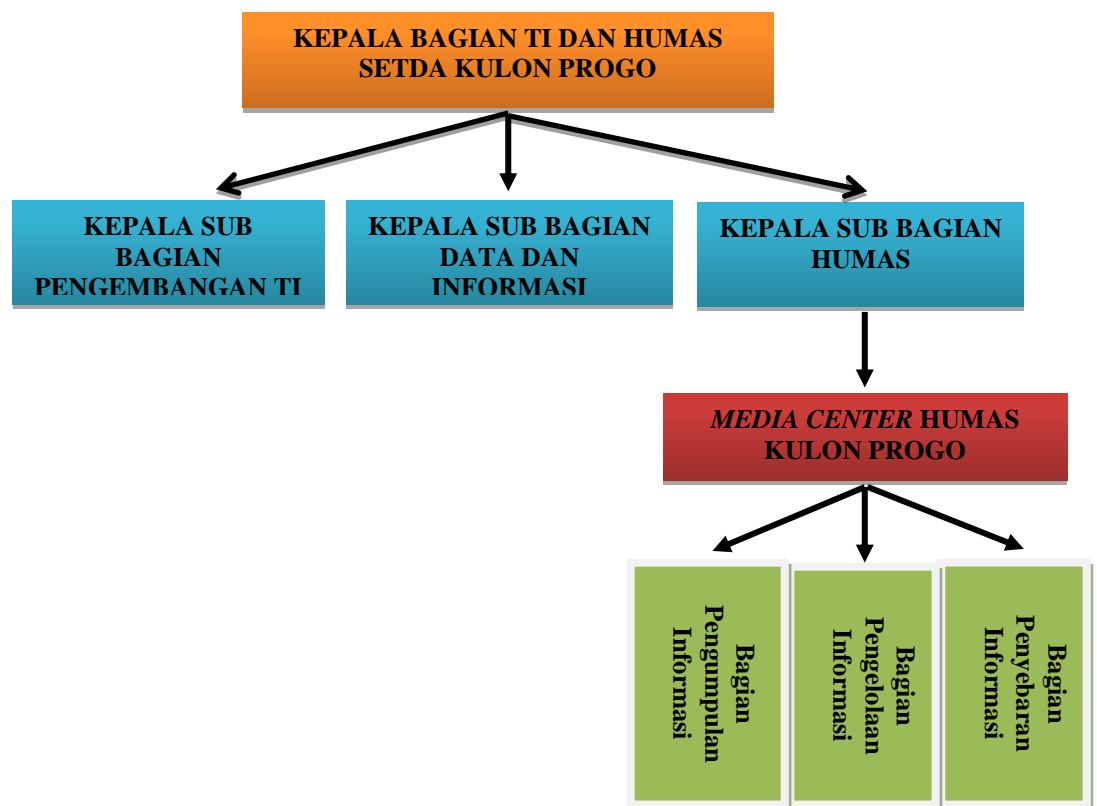
MISI:

- 1) Mendorong penyelenggaraan pemerintahan yang efektif, efisien dan akuntabel.
- 2) Memantapkan perumusan kebijakan pemerintah daerah.
- 3) Memantapkan peran pemantauan dan evaluasi pelaksanaan kebijakan pemerintah daerah.

c. Struktur Organisasi *Media Center* Humas Kulon Progo

Bagian Teknologi Informasi dan Hubungan Masyarakat merupakan bagian dari Setda Kulon Progo. *Media Center* merupakan bagian dari Sub Bagian Humas Kulon Progo. Struktur tugas pada *Media Center* Humas Kulon Progo yaitu dipimpin oleh seorang Kepala Bagian Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo. Pada pelaksanaan kepemimpinannya, Kepala Bagian Humas dibantu oleh Bagian Pengumpulan Informasi, Bagian Pengelolaan Informasi dan Bagian Penyebaran Informasi.

Struktur organisasi *Media Center* Humas Kulon Progo dapat dilihat pada gambar 9.



Gambar 9.
Struktur Organisasi *Media Center* Humas Kulon Progo

d. Sarana dan Prasarana *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo

Media Center merupakan salah satu media komunikasi publik yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo yang pada akhir tahun 2015 mengalami renovasi, untuk mengembalikan struktur asli bangunan *Media Center* yang merupakan cagar budaya yang harus dilindungi. Pasca renovasi bangunan terlihat semakin lebih bagus, rapi dan semakin luas. Ada penambahan bangunan yang sebelumnya tidak ada, seperti gazebo yang dimanfaatkan sebagai tempat baca koran dan istirahat serta perluasan tempat parkir (sepeda motor dan mobil) untuk pegawai dan pengunjung *Media Center*.

Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo dapat dikatakan cukup, namun masih memerlukan peningkatan lagi. Komputer merupakan fasilitas yang sangat penting untuk mendukung kinerja pegawai di *Media Center*. Komputer yang dimiliki *Media Center* bantuan dari Kemkominfo sebanyak 7 (tujuh) buah, namun 2 (dua) buah mengalami kerusakan. Jumlah printer sangat terbatas hanya memiliki 2 (dua) buah printer yang digunakan secara bergantian dan dalam keadaan baik. Jaringan wifi tersedia, untuk kegiatan browsing dan mengirim e-mail lancar, namun untuk pengiriman video kurang lancar/ membutuhkan waktu

lama. Fasilitas bagi pengunjung seperti ruang tunggu dan komputer untuk pengunjung hanya 1 (satu) dalam keadaan baik. Ruang wartawan tidak memiliki pendingin ruangan/ AC namun tersedia 3 (tiga) buah kipas angin dalam keadaan baik.

2. Deskripsi Data Penelitian

Hasil dari penelitian tentang peran *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten sebagai media komunikasi publik bagi masyarakat dan Pemerintah Kabupaten Kulon Progo yaitu tentang memberi penerangan pada masyarakat, melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat, menciptakan komunikasi dua arah (*reciprocal two ways of traffic communication*) dan mengevaluasi sikap dan opini publik. Hasil penelitian peran *Media Center* sebagai jembatan informasi dari Pemerintah kepada masyarakat sebagai media komunikasi publik dideskripsikan sebagai berikut:

a. Memberi Penerangan pada Masyarakat

Media Center Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo merupakan sarana yang dapat meningkatkan kualitas komunikasi antara Pemerintah Daerah dan masyarakat. *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo memberikan informasi, pengetahuan serta pembelajaran kepada masyarakat agar masyarakat peka dan tanggap terhadap masalah yang menyangkut kepentingan publik. Oleh sebab itu, Pemerintah

Kulon Progo membangun dan menyediakan media-media komunikasi untuk publik yang dapat digunakan oleh masyarakat. Upaya Pemerintah Kabupaten Kulon Progo dalam memberi penerangan kepada masyarakat, terdiri atas: membangun media-media komunikasi publik, mengelola media-media komunikasi publik, mencari dan menyampaikan informasi yang bermanfaat bagi publik dan memberikan pengawasan pelaksanaan komunikasi publik.

1) Membangun Media-media Komunikasi Publik

Pemerintah Kabupaten Kulon Progo di dalam memberikan informasi dan menjalin komunikasi dengan publiknya memanfaatkan berbagai media. Media yang digunakan oleh *Media Center* Humas Kulon Progo, terdiri atas: media cetak, media elektronik dan media *online*. Hal tersebut berdasarkan wawancara dengan Ibu AR selaku kepala sub bagian Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo pada lampiran 2, bahwa:

“Pemerintah Kulon Progo didalam menjalin komunikasi dengan masyarakat memanfaatkan media-media yang bekerja sama dengan *Media Center* antara lain Media Cetak (misalnya: Kedaulatan Rakyat, Bernas Jogja, Swara Merdeka, Sindo, Jawa Pos, Radar Jogja, Harian Jogja, Republika, Tribun Jogja, Kompas, dan Tempo), *Media Online* (misalnya: KRjogja.com, sorotkulonprogo.com, antarajogja.com), dan Media Elektronik (RRI, TVRI, MNC TV, Net TV, TV One, Metro TV, Jogja TV, Kresna TV, AD TV dan RBTV). Masyarakat yang ingin menyampaikan

aspirasinya secara langsung bisa melalui acara “Bupati Menyapa” di Radio RRI Jogja 91,1 FM (tiap Jum’at jam 07.30 – 08.00 WIB) dan acara “Kamisan” di Rumah Dinas Bupati (tiap hari Kamis 06.30 – selesai). Masyarakat juga bisa menggunakan telp./ fax (0274)773272/ 773208, *SMS Center* 0811 255 4010, *e-mail* ke aduan@kulonprogokab.go.id, melalui *media online* (SEMAR (Sistem Aduan Masyarakat), *Facebook* dan *Twitter*) serta masyarakat bisa langsung datang ke kantor *Media Center* Humas Kulon Progo”.

Pendapat Ibu AR ditambahkan oleh Bp. AT selaku pengelola *Media Center* Humas Kulon Progo pada lampiran 2, menyatakan bahwa media komunikasi publik yang dapat digunakan oleh masyarakat dapat secara langsung dan secara tidak langsung.

“Ada secara langsung dan secara tidak langsung. Secara langsung misalnya: kamisan, safari jumat, bedah rumah setiap hari Minggu, safari taraweh, safari subuh dan penyampaian bantuan secara langsung (misalnya: bantuan untuk pertanian) dan dialog publik. Untuk secara tidak langsung yaitu menggunakan media elektronik dan media cetak, melalui *website* resmi Pemkab dan *website* sub domain yang dimiliki Sekda. Bisa juga dari redaksi langsung kami berupa buletin, majalah, leaflet. Bisa juga dengan baliho dan spanduk, untuk wilayah yang bisa dibilang pelosok kami ada siaran keliling jika ada suatu acara yang insidental. Untuk SEMAR itu lebih digunakan untuk pengaduan masyarakat”.

Keberadaan wartawan di lingkungan *Media Center* turut serta membantu penyebaran informasi ke masyarakat luas. Hal itu diperkuat dengan jawaban yang diberikan oleh Bp. SW selaku wartawan senior dan ketua Paguyuban Wartawan Kulon Progo (PWKP) pada lampiran 2, yaitu:

“Pemerintah Kulon Progo untuk memberikan informasi kepada publiknya yaitu dengan bekerjasama dengan para wartawan yang berada di *Media Center* dari berbagai media seperti media cetak, media elektronik dan *media online*. Tapi, Pemerintah memiliki media sendiri yaitu *media social* yang dikelola oleh Humas Kulon Progo seperti *twitter*, *facebook* dan *e-mail*. Lalu memiliki SEMAR itu aduan elektronik dan Bupati Kulon Progo selama masa jabatannya itu punya agenda wajib setiap hari Kamis pagi itu masyarakat bisa langsung datang di rumah dinas, tapi karena masa jabatan Bupati sudah habis sepertinya sudah tidak terlaksana lagi”.

Jawaban dari Bp. SW didukung oleh masyarakat Kulon Progo yang sering mengakses berita atau informasi melalui media cetak dan elektronik, antara lain pendapat IN pada lampiran 2, “Koran dan radio”, dan pendapat T pada lampiran 2, “Koran, radio dan televisi”. Berdasarkan hasil dokumentasi menunjukkan bahwa Pemerintah Kabupaten Kulon Progo memiliki bulletin “Warta MENOREH” yang diterbitkan oleh Bagian TI dan Humas Setda Kulon Progo setiap setahun 2 (dua) kali.

Media-media komunikasi publik yang telah dibangun oleh Pemerintah tentunya tidak akan berjalan dengan lancar, tanpa adanya Sumber Daya Manusia (SDM) pengelola *Media Center* dan pengelolaan media-media komunikasi publik yang baik.

2) Mengelola Media-media Komunikasi Publik

Pengelola *Media Center* Humas Kulon Progo memiliki jumlah yang terbatas. Terbatasnya jumlah pengelola *Media Center* mempengaruhi kinerja pegawai dalam memberikan informasi kepada masyarakat, namun Pemerintah Kabupaten Kulon Progo memaksimalkan jumlah yang ada. Hal tersebut didukung pendapat dari hampir semua narasumber. Pendapat dari Ibu AR selaku Kepala sub bagian Humas pada lampiran 2, yaitu:

“SDM pengelola *Media Center* yang jelas kami masih kekurangan namun kami berusaha untuk memaksimalkan SDM yang ada”.

Bp. AT selaku pengelola *Media Center* pada lampiran 2 memperkuat jawaban dari Ibu AR, yakni:

“Dari segi kualitas, dari tingkat pendidikan semua pegawai sudah sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan namun untuk segi kuantitas masih sangat terbatas jumlahnya”.

Pendapat dari Bp. SW selaku wartawan senior sekaligus Ketua Paguyuban Wartawan Kulon Progo (PWKP) pada lampiran 2, sebagai berikut:

“Dari segi kualitas dan kuantitasnya masih kurang saya lihat, sehingga untuk penyajian data mengalami keterbatasan. Keterbatasan dari jumlah SDM juga mempengaruhi berita yang disajikan setiap harinya, sehingga kami para wartawan harus yang selalu datang langsung ke dinas-dinas atau instansi yang bersangkutan terkait dengan permasalahan yang diangkat. Sementara dari humas karena keterbatasan personil itulah sehingga humas melakukan

koordinasi dengan humas dinas-dinas yang terkait untuk mengupdate setiap hari terkait berita atau informasi melalui situs-situs yang dimiliki humas”.

Dari hasil observasi yang dilakukan peneliti di kantor *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, peneliti mendapatkan hasil bahwa, jumlah pegawai terbatas, sehingga sangat sulit menemui pegawai *Media Center* di kantor, karena seringkali melakukan pekerjaan di luar kantor (misalnya: liputan, kunjungan, rapat, pertemuan dengan investor). Pegawai banyak mengerjakan pekerjaan yang sebenarnya bukan tugasnya, hal itu untuk mensiasati agar semua pekerjaan cepat selesai tepat waktu (misalnya: bagian pengumpulan informasi membantu tugas bagian pengolahan informasi).

Pengelola *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo telah berusaha untuk bekerja secara profesional, namun tidak bisa maksimal dikarenakan jumlah SDM yang kurang. Sama halnya, pendapat yang disampaikan oleh Ibu AR selaku Kepala sub bagian Humas pada lampiran 2, yaitu:

“Profesionalisme memang selalu menjadi tuntutan kami dalam bekerja, terutama untuk para PNS. Namun, kalau dilihat dari jumlah kami yang masih kurang kadang sulit untuk melakukan pekerjaan secara profesional, namun kami selalu berusaha untuk memberikan yang terbaik, baik untuk pemerintah dan masyarakat”.

Pendapat tersebut semakin didukung oleh pernyataan Bp. SW selaku wartawan senior sekaligus Ketua Paguyuban Wartawan Kulon Progo (PWKP) pada lampiran 2, “walaupun memiliki keterbatasan personil, tapi humas saya lihat berusaha untuk bekerja secara profesional”.

Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) tersebut mempengaruhi pekerjaan para pegawai yang tidak sesuai dengan spesifikasi pekerjaan, hal ini diungkapkan oleh Bp. AT selaku pengelola *Media Center* pada lampiran 2, yaitu:

“Kita dituntut untuk selalu bekerja secara profesional, namun karena jumlah kita terbatas sehingga pekerjaan yang kita tangani tidak sesuai dengan spesifikasi pekerjaan kami”.

Pernyataan Bp. AT didukung oleh pernyataan IN selaku masyarakat Kulon Progo pada lampiran 2, “cukup profesional tapi dibagian pelayanan informasi saya kira masih kurang, karena mungkin kurangnya SDM tadi”. Hasil observasi menunjukkan bahwa pegawai melayani masyarakat dan tamu dengan sopan dan ramah, sehingga merasa nyaman ketika berada di *Media Center*.

Pengelolaan Media Komunikasi Publik dilakukan sesuai dengan aturan yang berlaku, yaitu sesuai dengan Instruksi Presiden Republik Indonesia nomor 9 tahun 2015 tentang pengelolaan komunikasi publik. Ibu AR selaku

Kepala sub bagian Humas pada lampiran 2, menjelaskan sebagai berikut:

“Pengelolaan media-media komunikasi publik yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo sudah dilakukan sesuai dengan Instruksi Presiden RI nomor 9 tahun 2015 tentang pengelolaan komunikasi publik, diantaranya: menyampaikan data dan informasi kepada Kemkominfo secara berkala, menyebarluaskan kepada publik terkait kebijakan dan program Pemerintah secara cepat dan tepat menggunakan berbagai saluran media yang dimiliki, dalam hal menyampaikan berita atau informasi tersebut kami harus menyampaikan kepada masyarakat secara obyektif, berkualitas dan yang terpenting mudah dimengerti oleh masyarakat itu sendiri. Kemudian, untuk iklan layanan masyarakat harus menimbulkan respon positif dari masyarakat dan tidak boleh iklan layanan masyarakat tersebut memihak kepada kepentingan pribadi atau golongan.”

Pendapat dari Ibu AR, diperjelas oleh Bp. AT selaku pengelola *Media Center*, pada lampiran 2, yaitu:

“Dalam pengelolaan media komunikasi publik, kami mengikuti amanat dari Instruksi Presiden. Kami harus memberikan berita atau informasi kepada masyarakat secara rutin dan obyektif melalui berbagai media yang dibangun oleh Pemerintah. Karena saya dipercaya sebagai pengelola disini, tentunya didalam menjalankan media komunikasi publik kami harus melakukan monitoring dan menganalisis konten media yang memang harus mampu mengedukasi, kemudian melakukan evaluasi terkait pelaksanaan komunikasi publik”.

Pendapat tersebut mendapat dukungan dari Bp. SW selaku wartawan senior sekaligus Ketua Paguyuban Wartawan Kulon Progo (PWKP) pada lampiran 2, yang menyatakan sebagai berikut:

“Pengelolaannya saya lihat sudah bagus, para SDM yang bekerja sudah mampu mengelola sesuai dengan prosedur, mulai dari menghimpun, mengolah, mempublikasi dan mengevaluasi. Tinggal didalam memanfaatkan media komunikasi publik yang saya lihat belum maksimal, karena Pemerintah punya banyak sekali media untuk publik, namun tidak semua terupdate dengan baik”.

Media Center dibangun untuk mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi, karena itu sudah menjadi tugas dari *Media Center* untuk mencari dan mengelola informasi yang bermanfaat bagi publik dengan tujuan informasi yang diberikan selalu *update* setiap hari.

3) Mencari dan Menyampaikan Informasi yang Bermanfaat bagi Publik

Media Center untuk memberikan informasi yang bermanfaat dan rutin bagi publik selalu mencari berita atau informasi setiap harinya. Ibu AR selaku Kepala sub bagian Humas pada lampiran 2, menyatakan bahwa:

“Rutin dalam memberikan informasi kepada publik, karena kami dalam bekerja juga dibantu oleh para wartawan tentunya setiap hari pasti ada informasi yang bisa diiberikan kepada masyarakat”.

Pendapat tersebut diperkuat oleh jawaban yang diberikan Bp. SW selaku wartawan senior sekaligus Ketua Paguyuban Wartawan Kulon Progo pada lampiran 2, sebagai berikut:

“Humas setiap ada program kegiatan mereka selalu menyiapkan dengan matang rancangan kegiatan

dengan wartawan juga sehingga informasi yang diberikan harus memiliki manfaat untuk publiknya”.

MVW selaku masyarakat Kulon Progo turut mendukung jawaban dari Ibu AR dan Bp. SW pada lampiran 2, “*Sudah rutin terutama di web Pemkab*”. Informasi yang diberikan kepada publik sudah rutin, namun masih banyak kendala yang dihadapi oleh pihak *Media Center* untuk menyampaikan informasi agar diterima kepada semua masyarakat, diungkapkan oleh Bp. AT selaku pengelola *Media Center* pada lampiran 2:

“Rutin dalam memberikan informasi kepada masyarakat, meskipun perlu untuk ditingkatkan lagi. *Media Center* kan juga menangani tentang PPID, jadi di PPID itu ada informasi yang sifatnya wajib dan berkala paling tidak melalui website sudah seupdate mungkin kami memberikan informasi. Namun, kendala yang dihadapi untuk masyarakat pedalaman yang kesusahan untuk mengakses internet”.

Saluran media sosial pun masih belum *update*, seperti pendapat IN selaku masyarakat Kulon Progo pada lampiran 2, “Sudah cukup rutin, update dalam memberikan informasi, namun untuk update di Sosial Media kurang ya terutama Facebook”, dan pendapat dari LL selaku masyarakat Kulon Progo pada lampiran 2, “Sudah update, tapi di media sosial masih jarang padahal kan masyarakat banyak yang menggunakan media sosial”.

Hasil dokumentasi yang berhasil dikumpulkan peneliti mendukung pendapat dari IN dan LL, yaitu informasi yang sifatnya berkala dan tersedia setiap saat dapat diakses melalui web resmi Pemerintah Kabupaten (www.pembakulonprogo.go.id) dengan mudah. Berita/informasi terakhir yang di *update* melalui media sosial twitter (@pembak_kp) terakhir tanggal 09 September 2016 tentang Presiden RI bantu satu ekor sapi untuk Kulon Progo. Sedangkan, melalui media sosial *Facebook* (*Mediacenter* Kulon Progo) terakhir *update* tanggal 23 November 2015 tentang PPID Kulon Progo raih peringkat 3 dalam INGPRAS (Peneliti mengakses kedua media sosial tersebut pada tanggal 11 September 2016).

Komunikasi publik melalui berbagai media komunikasi perlu dilakukan pengawasan, untuk menghindari kemungkinan negatif yang terjadi dan dapat dijadikan bahan evaluasi untuk perbaikan.

4) Memberikan Pengawasan Pelaksanaan Komunikasi Publik

Pengawasan pelaksanaan komunikasi publik yang dilakukan oleh *Media Center* disebut pemantauan oleh PPID (Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi). Penjelasan

yang diberikan Ibu AR selaku Kepala sub bagian Humas pada lampiran 2, yaitu:

“Lebih tepatnya pemantauan, iya kami melakukannya namun kami tidak memiliki bagian/departemen khusus yang menangani hal tersebut. Kami melakukan pemantauan secara bersama-sama, kembali ke persoalan kami yang masih kekurangan SDM tersebut”.

Media Center didalam proses pemantauan dibantu oleh beberapa pihak, dikemukakan oleh Bp. AT selaku pengelola *Media Center* pada lampiran 2, ialah:

“Kami dibantu PPID (Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi) untuk memonitoring setiap aduan dari warga. Tapi kalau dari humas, sebisa mungkin semua harus terlibat di dalam pengawasan komunikasi publik agar tidak terjadi kesalahan yang tidak diinginkan dan dapat menguntungkan semua pihak”.

Hal ini diperkuat dengan jawaban Bp. SW selaku wartawan senior sekaligus Ketua Paguyuban Wartawan Kulon Progo (PWKP) pada lampiran 2, sebagai berikut:

“Tidak ada badan khusus untuk pengawasan, semuanya terlibat didalam pengawasan komunikasi publik dan saling bekerjasama baik antara humas dan wartawan”.

Pendapat yang berbeda diungkapkan oleh IN selaku masyarakat Kulon Progo pada lampiran 2, “Saya masih menjumpai berita yang seharusnya perlu penyuntingan lagi dalam kalimatnya agar lebih enak dibaca”.

b. Melakukan Persuasi untuk Mengubah Sikap dan Perbuatan Masyarakat

Segala bentuk berita atau informasi yang diberikan oleh Pemerintah melalui media-media komunikasi publik yang telah dimiliki, dapat memberikan pengaruh pada sikap dan masyarakat itu sendiri. Perbuatan masyarakat itu kemudian akan berpengaruh pada cara pandang masyarakat terhadap suatu berita/informasi dan kebijakan dari Pemerintah. Pemerintah Kabupaten Kulon Progo dalam melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat, meliputi: pengelolaan informasi yang tepat, menyebarkan nilai-nilai yang baik kepada masyarakat dan merubah cara masyarakat dalam menyampaikan pendapat.

1) Pengelolaan Informasi yang Tepat

Pengelolaan informasi di *Media Center* dilakukan berdasarkan Standar Operasional Prosedur (SOP), hal ini dijelaskan oleh Ibu AR selaku Kepala sub bagian Humas pada lampiran 2, yaitu:

“Dalam pengelolaan informasi di *Media Center* ini kami sudah sesuai dengan SOP, dimulai dari adanya berita kemudian kami membuat press release dan terakhir menginformasikan kepada Media dan masyarakat/publik”.

Pendapat tersebut kemudian didukung oleh pendapat dari Bp. AT selaku pengelola *Media Center* pada lampiran 2, yakni:

“Kami dalam bekerja sudah sesuai dengan SOP, namun masih banyak usaha peningkatan yang harus kami lakukan, karena kami kekurangan SDM seharusnya kami mengangkat tenaga harian lepas namun untuk saat ini baru diusulkan”.

Pengelolaan informasi yang tepat, menyebabkan berita yang diberikan kepada masyarakat beraneka ragam, seperti yang diungkapkan IN selaku masyarakat Kulon Progo pada lampiran 2, “lumayan tepat, karena berita yang disajikan bervariasi”.

Hasil dokumentasi menjelaskan bahwa Standar Operasional Prosedur (SOP) yang harus dilakukan oleh Media Center dalam mekanisme kerja yaitu mulai dari Perencanaan, Pelaksanaan, Koordinasi dan Monitoring. Semua mekanisme kerja telah dilakukan oleh Media Center Humas Kulon Progo. Pengelolaan informasi yang dilakukan sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) tersebut, diharapkan dapat memberikan informasi yang tepat.

2) Menyebarkan Nilai-nilai yang Baik kepada Masyarakat

Media Center di dalam memberikan berita/informasi kepada publik selalu mengutamakan bahwa berita/informasi tersebut mampu menyebarkan nilai-nilai yang baik kepada masyarakat. Pendapat dari Ibu AR selaku Kepala sub bagian Humas pada lampiran 2, mendukung pernyataan tersebut,

“Setidaknya mengarah ke menjaga dan meningkatkan kepercayaan publik”.

Pernyataan Ibu AR terkait Media Center yang selalu memberikan berita/informasi yang mampu menyebarkan nilai baik, didukung oleh pendapat Bp. AT selaku pengelola Media Center pada lampiran 2, “Apapun kejadian yang kami liput kami harus tetap memberikan berita dari sisi positif”. Masyarakat Kulon Progo turut menguatkan jawaban tersebut, seperti yang di ungkapkan oleh IN pada lampiran 2, sebagai berikut:

“Berita pasti disajikan untuk memberikan dampak positif, berita negatifpun pasti ada sisi positifnya yaitu misal ada imbauan kepada masyarakat untuk tidak melakukan hal tersebut, dan untuk berita positif pasti sifatnya persuasif agar masyarakat mencontoh apa yang diberikan dalam berita tersebut”.

Pendapat dari sisi berbeda dijelaskan oleh Bp. SW selaku wartawan senior sekaligus Ketua Paguyuban Wartawan Kulon Progo (PWKP), yaitu:

“Iya, sudah pasti itu. Sampai saat ini belum pernah kami memberikan informasi yang menyebarkan nilai-nilai yang negatif karena setiap informasi yang diberikan selalu dipertanggung jawabkan. Wartawan selalu bekerja memburu berita di lapangan, setiap ada narasumber kami selalu mencatat identitasnya dan nomer teleponnya. Karena kita terjun ke lapangan, maka kita harus membangun narasumber di lingkungan masyarakat. Nah, sehingga misal ada berita yang kurang baik, bisa langsung ketahuan narasumbernya siapa dan dapat dikonfirmasi lagi”.

Pendapat yang berbeda diungkapkan oleh masyarakat yang merasa menemukan suatu kesalahan dalam suatu berita/informasi yang diberikan oleh Pemerintah. Hal ini diungkapkan oleh SO selaku masyarakat Kulon Progo pada lampiran 2, “Seharusnya iya, tapi kan kadang ada juga berita yang tidak enak dibaca”.

Kesalahan yang ditemukan tersebut, sebenarnya masyarakat bisa langsung mengkonfirmasi kepada pihak Media Center karena memang semua berita/informasi yang diberikan selalu dipertanggungjawabkan. Hal ini, untuk menyampaikan persepsi/pandangan diantara masyarakat dan pemerintah melalui diskusi/masyarakat.

3) Merubah Cara Masyarakat dalam Menyampaikan Pendapat

Keberadaan Media Center di lingkungan Pemerintah Kabupaten Kulon Progo mampu mengurangi aksi demonstrasi yang dilakukan oleh publik. Pernyataan ini berdasarkan pendapat dari Bp, SW selaku wartawan senior sekaligus Ketua Paguyuban Wartawan Kulon Progo (PWKP) pada lampiran 2, yaitu:

“Mengurangi, tapi juga masih ada aksi demo, seperti kemarin contohnya aksi demo pembebasan lahan untuk bandara. Intinya tergantung berat tidaknya kasus, kalau masih bisa diselesaikan disini ya masyarakat tidak akan demo”.

Pendapat Bp. SW didukung dengan pernyataan Ibu AR selaku Kepala sub bagian Humas terkait aksi demonstrasi yang terjadi di Kulon Progo pada lampiran 2, yakni:

“Kalau untuk itu relatif, tergantung berat tidaknya permasalahan itu. Namun, aksi demo dari warga terutama untuk saat ini kan masih panas-panasnya kasus tanah bandara itu masih sering ada aksi demo didepan sini”.

Penjelasan tentang aksi demo yang masih dilakukan oleh warga masyarakat, diperkuat dari beberapa pendapat dari masyarakat Kulon Progo, seperti pendapat IN pada lampiran 2, “tidak, karena yang saya lihat masyarakat lebih puas untuk menyampaikan dengan aksi demonstrasi didepan umum”, pendapat SO pada lampiran 2, “kayaknya tergantung permasalahannya berat atau tidak, namun aksi demo masih terjadi”, dan pendapat DIH pada lampiran 2, “aksi demo jarang terjadi, ya mungkin kalau permasalahan berat baru ada aksi demo”.

Hasil observasi peneliti menunjukkan bahwa pada tanggal 01 September 2016 terjadi aksi demo didepan gedung Pemerintah Kabupaten Kulon Progo tepatnya di jalan Perwakilan No. 1, terkait dengan kasus pembebasan lahan warga untuk pembangunan bandara. Hal ini, membuktikan bahwa warga masyarakat Kulon Progo masih melakukan aksi demo tergantung dari berat tidaknya kasus yang terjadi.

Peran Media Center sebagai jembatan informasi dari Pemerintah kepada masyarakat sebagai media komunikasi publik yang ketiga, yaitu menciptakan komunikasi dua arah (*reciprocal two ways of traffic communication*).

c. Menciptakan Komunikasi Dua Arah (*Reciprocal Two Ways of Traffic Communication*)

Media Center menjadi jembatan aspirasi masyarakat terhadap Pemerintah, yang merupakan forum resmi yang dimiliki oleh Pemerintah. Peran *Media Center* menuntut masyarakat untuk terlibat aktif untuk berpendapat dan menegosiasikan hal yang menjadi keinginannya, sedangkan Pemerintah harus memberikan tanggapannya. Hal ini agar pelaksanaan komunikasi dua arah dapat terjalin dengan baik, untuk menjaga keharmonisan hubungan kedua belah pihak. Pemerintah Kabupaten Kulon Progo untuk menciptakan komunikasi dua arah dengan publiknya, meliputi: pelaksanaan komunikasi dua arah, adanya umpan balik dalam komunikasi dan komunikasi menciptakan efek.

1) Pelaksanaan Komunikasi Dua Arah

Pelaksanaan komunikasi dua arah di *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, dapat dikatakan cukup lancar dan bagus. Hal ini sesuai dengan pendapat Bp. SW selaku wartawan senior sekaligus Ketua Paguyuban Wartawan Kulon Progo (PWKP) pada lampiran 2, yaitu:

“Pelaksanaan komunikasi dua arah cukup baik, karena kinerja humas tidak hanya menjawab pertanyaan dari masyarakat saja tetapi juga mengarahkan solusi yang terbaik bagi masyarakat dan langsung mengarahkan ke dinas-dinas yang bersangkutan”.

Pendapat yang sama dikemukakan oleh masyarakat Kulon Progo, diantaranya IN pada lampiran 2, “Sudah bagus dan berjalan lancar, karena Bupati kan dekat dengan rakyat dan sering membuat acara bersama dengan rakyat”, DIH pada lampiran 2, “Sudah bagus, karena banyak program yang dibuat Pemerintah agar masyarakat bisa komunikasi langsung” dan T pada lampiran 2, yakni:

“Komunikasi antara Pemerintah dengan rakyat saat ini semakin terjalin dengan baik, karena banyak acara dan kegiatan yang dibuat Pemerintah, ini merupakan salah satu keberhasilan dari kerja Bupati saya rasa”.

Pelaksanaan komunikasi dua arah dapat berjalan dengan lancar, terutama untuk komunikasi secara langsung seperti pendapat beberapa masyarakat diatas. Pendapat tersebut kemudian dijelaskan oleh Ibu AR selaku Kepala sub bagian Humas pada lampiran 2, yaitu:

“Pelaksanaan komunikasi dua arah dapat berjalan dengan lancar, terutama untuk komunikasi secara langsung melalui kegiatan “Bupati Menyapa” dan “Kamisan” itu selalu banyak masyarakat yang memanfaatkan kegiatan tersebut sehingga banyak aspirasi yang kami terima. Hal itu juga karena keseriusan dari Bupati sendiri yang memang sangat respect dengan aspirasi masyarakat Kulon Progo terutama”.

Pendapat Ibu AR terkait pelaksanaan komunikasi dua arah antara Pemerintah dengan masyarakat, didukung dengan hasil wawancara Bp. AT selaku pengelola *Media Center* pada lampiran 2, sebagai berikut:

“Lumayan sudah berjalan dengan lancar dan bagus. Karena ada acara yang masyarakat langsung bisa menyampaikan pendapatnya seperti Kamisan sehingga komunikasi dua arah dapat berjalan dengan lancar. Kalau hanya pakai media kan masih sering terjadi miss communication, tapi kalau dengan forum forum resmi semua mudah untuk mendapat pemahaman”.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 08 September 2016, didapatkan hasil yakni masyarakat yang meminta peta tentang lokasi wisata di Kulon Progo di *Media Center*. Kemudian, pihak *Media Center* karena tidak memiliki peta tersebut mengarahkan ke bagian Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kulon Progo atau langsung mengakses melalui web resmi milik Pemerintah Kabupaten Kulon Progo.

2) Adanya Umpan Balik dalam Komunikasi

Umpan balik didalam komunikasi di *Media Center*, dapat langsung ditanggapi namun terkadang harus menunggu konfirmasi terlebih dahulu. Hal ini disampaikan oleh Ibu AR selaku Ketua sub bagian Humas pada lampiran 2, bahwa:

“Kalau untuk komunikasi antara masyarakat dengan pemerintah secara langsung bisa langsung ditanggapi, terlebih jika ada pejabat yang

berkepentingan dengan hal tersebut hadir. Namun, jika ada suatu hal yang memang membutuhkan tindak lanjut tentunya harus menunggu tidak bisa langsung ditanggapi. Karena kami berusaha ketika memberikan jawaban kepada masyarakat/publik merupakan jawaban yang bisa dipertanggung jawabkan”.

Pendapat Ibu AR tersebut didukung oleh pernyataan Bp. AT selaku pengelola *Media Center* terkait umpan balik didalam komunikasi pada lampiran 2, yakni:

“Iya, karena secara langsung dapat terjawab. Namun, kalau secara teknis pasti harus kami konfirmasi dulu kepada pihak-pihak yang terkait”.

Secara keseluruhan umpan balik dalam komunikasi oleh *Media Center* dapat berjalan dengan lancar. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bp. SW selaku wartawan senior sekaligus Ketua Paguyuban Wartawan Kulon Progo (PWKP) pada lampiran 2, “cukup berjalan lancar, baik menggunakan media langsung maupun media tidak langsung”. Hal yang sama diungkapkan oleh masyarakat Kulon Progo yaitu IN pada lampiran 2, yakni:

“Iya, yang saya amati di web bagian aduan masyarakat itu selalu cepat ditanggapi itu kan juga bagian dari umpan balik dalam berkomunikasi”.

Pendapat IN didukung oleh LL selaku masyarakat Kulon Progo pada lampiran 2, “berjalan dengan lumayan lancar”.

Hasil observasi menunjukkan bahwa melalui aduan masyarakat di web resmi Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, apapun pertanyaan dan aduan yang diberikan oleh masyarakat ditanggapi dengan menggunakan kalimat yang mudah dipahami dan diterima masyarakat.

3) **Komunikasi Menciptakan Efek**

Komunikasi yang terjalin antara Pemerintah dengan masyarakat merupakan sarana yang efektif untuk merubah perilaku dan sikap masyarakat. Bp. AT selaku pengelola *Media Center* pada lampiran 2 mendukung hal tersebut, yaitu:

“Iya, melalui forum-forum resmi seperti Kamisan biasanya efektif. Ada program pembangunan misalnya, dapat disampaikan didalam forum tersebut sehingga masyarakat jadi tahu. Lalu komunitas masyarakat dapat memperjelas dengan apa yang sedang diperjuangkan, dan Pemerintah bisa mencarikan solusi/ pihak yang terkait. Kalau misal masyarakat menyampaikan keinginannya melalui forum-forum tersebut, Pemerintah jadi tahu apa yang menjadi keinginan warga”.

Hal yang sama diungkapkan oleh Ibu AR selaku

Kepala sub bagian Humas pada lampiran 2, bahwa:

“Iya, kami berusaha untuk masyarakat itu muncul sikap mencintai produk lokal, misalnya program “BelaBeli Kulon Progo” dan juga kami berusaha untuk menumbuhkan sikap masyarakat itu mau berpartisipasi dalam program pemerintah”.

Jawaban tersebut diperkuat dari hasil wawancara dengan masyarakat Kulon Progo yaitu jawaban T pada lampiran 2, sebagai berikut:

“Sedikit demi sedikit bisa merubah pola pikir masyarakat ke arah yang lebih baik. Masyarakat semakin paham intinya, karena perubahan perilaku itupun tidak lepas dari peran tokoh masyarakat juga”.

Merubah perilaku dan sikap masyarakat tidak mudah, informasi harus bisa diterima oleh semua masyarakat dengan pemahaman terhadap informasi tersebut sama. Hasil wawancara dengan Bp. SW selaku wartawan senior sekaligus Ketua Paguyuban Wartawan Kulon Progo (PWKP) menjelaskan pernyataan tersebut pada lampiran 2, yakni:

“Iya, tapi informasi yang diberikan sifatnya rutin, masyarakat kalau diberikan berita baru harus berulang-ulang tidak boleh hanya sekali terutama tentang kebijakan baru yang dibuat Pemerintah. Misalnya saja kemarin itu ada program Kawasan Tanpa Rokok (KTR), itu banyak sekali aksi protes dan pertanyaan dari masyarakat tapi karena pemberitaan yang terus menerus dan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari masyarakat maka masyarakat bisa memahami terkait kebijakan tersebut”.

Masyarakat Kulon Progo memiliki pendapat lain, seperti yang dikatakan IN pada lampiran 2, “Belum, karena masih sering terjadi kesalahpahaman. Seperti masalah tanah bandara itu kan juga sampai sekarang belum jelas”, dan pendapat MVW pada lampiran 2, “belum semuanya tapi

sudah sebagian besar, karena perilaku setiap orang kan berbeda-beda jadi susah untuk merubah sikap”.

d. Mengevaluasi Sikap dan Opini Publik

Peran Media Center tidak terlepas dari sikap dan opini yang masuk dari masyarakat, untuk itu Pemerintah harus mengevaluasi secara berkala tentang opini pada setiap media komunikasi publik. Opini tersebut nantinya dapat menjadi tolok ukur penilain “baik atau buruk”. Oleh karena itu, Media Center harus peka dan tanggap terhadap kepentingan publiknya. Pemerintah Kabupaten Kulon Progo dalam mengevaluasi sikap dan opini publik, terdiri atas: peka dan tanggap terhadap kepentingan publik, memberikan tanggapan terhadap opini yang masuk dan evaluasi tentang opini yang masuk.

1) Peka dan Tanggap terhadap Kepentingan Publik

Media Center Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, dalam bekerja selalu peka dan tanggap terhadap kepentingan rakyat, berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu AR selaku Kepala sub bagian Humas pada lampiran 2, didapatkan hasil sebagai berikut:

“Semaksimal mungkin kami dekat dengan masyarakat dan pers, karena dengan teman-teman wartawan mereka selalu lebih peka dan tanggap dengan kepentingan masyarakat karena mereka lebih mudah untuk dekat dengan tokoh masyarakat dan mereka selalu menyampaikan kepada kami”.

Hal yang sama diungkapkan oleh Bp. AT selaku pengelola *Media Center* pada lampiran 2, yaitu:

“Insyallah selalu responsif, apa yang disampaikan warga kami selalu menampungnya dan berusaha kami bantu jalan keluarnya”.

Pendapat tersebut mendapat dukungan dari beberapa masyarakat Kulon Progo, yaitu SO pada lampiran 2:

“Menurut saya iya, karena kan mereka kayak jembatannya kita untuk menyampaikan pendapat”, dan LL pada lampiran 2, “Cukup peka”.

Berbeda pendapat dikemukakan oleh Bp. SW selaku wartawan senior sekaligus Ketua Paguyuban Wartawan Kulon Progo (PWKP), bahwa:

“Iya dan belum. Iyanya untuk membahas mengenai masalah publik itu bisa langsung ke dinas-dinas yang bersangkutan atau di dalam forum-forum yang dibuat humas setiap dinas. Belumnya, karena masyarakat itu kan keinginannya banyak sekali sehingga humas tentunya tidak bisa menangani itu semua”.

Beberapa masyarakat Kulon Progo pun mendukung pendapat tersebut, seperti yang dikatakan IN pada lampiran 2, yaitu:

“Kurang tanggap, karena masih banyak persoalan-persoalan yang sifatnya masih belum jelas, sedangkan masyarakat menuntut suatu kejelasan contohnya tentang persoalan tanah bandara”.

Didukung oleh DIH selaku masyarakat Kulon Progo pada lampiran 2, “Sudah, tapi belum intensif pendekatan kepada masyarakat”.

Hasil dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti, yakni *Press tour* lokal di sentra industri tahu di Sentolo dilaksanakan pada tanggal 05 September 2016, humas melakukan kunjungan dan diskusi kepada para pemilik usaha. Persoalan yang dihadapi adalah tentang harga kebutuhan pokok untuk pembuatan tahu yaitu kedelai, antara kedelai lokal dan kedelai impor. Dari hasil *press tour* lokal ini, humas dapat memberikan masukan kepada Pemerintah terkait kebijakan harga untuk bahan tersebut.

2) Memberikan Tanggapan terhadap Opini yang Masuk

Media Center Humas Pemerintah Kulon Progo berusaha untuk selalu memberi tanggapan terhadap opini yang masuk dari masyarakat, tergantung dari kewenangan yang diberikan. Dikatakan dalam wawancara oleh Ibu AR selaku Kepala sub bagian Humas pada lampiran 2, ialah:

“Kami berusaha untuk memberikan setiap tanggapan yang masuk dari masyarakat melalui berbagai media mereka menyampaikannya. Untuk aduan dari masyarakat ada SOP nya dan ada alur prosedurnya nanti bisa dilihat sendiri”.

Pernyataan tersebut didukung oleh Bp. AT selaku pengelola *Media Center* pada lampiran 2, menyatakan bahwa:

“Berbeda-beda tergantung konten dan kewenangannya. Bisa langsung ditanggapi kalau misal itu bisa langsung kami jawab, namun kalau masalah teknis pihak SKPD terkait yang

memberikan jawaban dan kalau memang perlu harus dikoordinasikan terlebih dahulu kepada pihak-pihak yang terkait”.

Pendapat Bp. AT diperkuat dengan jawaban masyarakat Kulon Progo pada lampiran 2, yaitu pendapat IN, :“Ditanggapi, tapi kadang bisa langsung ditanggapi dan kadang kita harus menunggu”, pendapat LL, :“Tergantung opininya, kalau bisa langsung ditanggapi ya langsung ditanggapi kalau tidak pasti ada prosesnya”, pendapat MVW, :“Di aduan masyarakat di web Pemkab selalu ada tanggapan” dan pendapat DIH, Tanggap, tapi tergantung permasalahannya sih”.

Hasil dokumentasi menunjukkan bahwa prosedur aduan masyarakat dan permintaan informasi ada langkah-langkah yang harus ditempuh masyarakat. Semua membutuhkan aturan dan prosedur, hal ini untuk menghindari penyalahgunaan informasi. Aduan dari masyarakat bisa ditolak jika tidak sesuai dengan persyaratan.

3) Evaluasi tentang Opini yang Masuk

Opini yang masuk dari masyarakat tersebut selalu menjadi bahan pertimbangan didalam evaluasi Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, hal ini dijelaskan oleh Bp. AT selaku pengelola *Media Center* dalam lampiran 2, yakni:

“Salah satu bahan evaluasi, karena opini termasuk masukan dari rakyat yang memang rakyat harus

terlibat didalam pemerintahan. Namun, kalau untuk realisasi tergantung opini yang diberikan, karena semua opini yang masuk dari masyarakat selalu kami kaji dengan matang tingkat permasalahannya”.

Pendapat tersebut didukung oleh Bp. SW selaku wartawan senior sekaligus Ketua Paguyuban Wartawan Kulon Progo (PWKP) pada lampiran 2, bahwa:

“Saya kira menjadi bahan pertimbangan, karena Pemerintah Daerah bersama Bupati memiliki program selama lima tahun yang telah dilaksanakan yaitu “Kamis”, disana ada banyak pejabat dari berbagai dinas yang siap mendengar dan menjawab pertanyaan dari masyarakat yang hadir”.

DIH selaku masyarakat Kulon Progo memperkuat jawaban dari Bp. SW pada lampiran 2, yakni:

“Pasti menjadi bahan pertimbangan Pemerintah, karena ini di negara demokrasi jadi masyarakat ikut pula dalam kegiatan Pemerintahan”.

Pendapat lain dari T selaku masyarakat Kulon Progo pada lampiran 2, yaitu:

“Saya kira tetap menjadi bahan pertimbangan, karena partisipasi masyarakat tentunya akan mempengaruhi keberhasilan setiap program pemerintah”.

Opini yang masuk dari masyarakat kepada Pemerintah didalam realisasinya masih ada masyarakat Kulon Progo lainnya yang berpendapat beda, yakni pendapat LL pada lampiran 2, bahwa:

“Harusnya menjadi bahan evaluasi, tapi terkadang keinginan dari masyarakat tidak semua di realisasikan tergantung seperti apa opininya kan”.

Pelaksanaan evaluasi dari pendapat/opini yang masuk dari masyarakat, dapat menciptakan iklim yang kondusif dan stabil sehingga akan menciptakan keamanan politik serta mempercepat pembangunan daerah.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1) Memberi Penerangan pada Masyarakat

Pemerintah Kabupaten Kulon Progo dalam memberikan informasi dan menjalin komunikasi dengan publiknya menggunakan berbagai media. Media yang digunakan berupa media cetak dan media elektronik. Media cetak diantaranya menerbitkan bulletin “Warta MENOREH” yang diterbitkan oleh Bagian TI dan Humas Setda Kulon Progo yang diterbitkan setahun 2 (dua) kali, dan berbagai surat kabar yang bekerjasama dengan jurnalis/wartawan yang bekerjasama dengan *Media Center* Humas Kulon Progo, seperti: Republika, Bernas Jogja, Kedaulatan Rakyat, Suara Merdeka, Radar Jogja, Seputar Indonesia, Harian Jogja, Tribun Jogja, Swara Merdeka, Tempo, Jawa Pos, Kompas dan Merapi. Media elektronik yang digunakan melalui saluran televisi dan radio. Selain bekerjasama dengan para jurnalis/wartawan dari surat kabar, *Media Center* juga menjalin kerjasama dengan jurnalis/wartawan dari televisi, seperti: RRI, TVRI, MNC TV, Net TV, TV One, Metro TV, Jogja TV, Kresna TV, AD TV dan

RBTV. Bupati Kulon Progo juga memiliki acara “Bupati Menyapa” di Radio RRI Jogja 91,1 FM, yang bisa didengarkan setiap Jum’at jam 07.30 – 08.00 WIB). Pemerintah Kabupaten Kulon Progo telah menggunakan media komunikasi baru (*new media*), diantaranya: telp./ fax (0274)773272/ 773208, SMS Center 0811 255 4010, e-mail ke aduan@kulonprogokab.go.id, melalui media online (SEMAR (Sistem Aduan Masyarakat), Facebook dan Twitter. Masyarakat yang ingin mengakses secara langsung informasi, dapat menghadiri acara “Kamis” di Rumah Dinas Bupati (tiap hari Kamis 06.30 – selesai), safari jumat, bedah rumah setiap hari Minggu, safari taraweh, safari subuh dan penyampaian bantuan secara langsung (misalnya: bantuan untuk pertanian), dialog publik dan dapat datang langsung ke *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan West Richard dan Lynn H. Turner (2009: 41),

Saluran-saluran atau cara pengiriman pesan-pesan massa. Media massa dapat berupa surat kabar, video, CD-ROM, komputer, TV dan radio. Media massa melebar pada media baru (*new media*), yang merupakan teknologi berbasis komputer. Teknologi komunikasi ini termasuk *e-mail*, internet, televisi, kabel digital, teknologi video seperti DVD, pesan instan telepon genggam.

Media Center Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo merupakan badan yang mengelola semua informasi di media cetak, media elektronik dan media *online* yang dimiliki Pemerintah Kulon Progo. Bagan organisasi di *Media Center* Humas Pemerintah

Kabupaten Kulon Progo tergolong masih sederhana, terdiri dari kepala sub bagian Humas selaku kepala *Media Center*, bagian pengumpulan informasi, bagian pengelolaan informasi dan bagian penyebaran informasi. Padahal menurut Pedoman Umum Media Center (2011: 9-10), organisasi *Media Center* meliputi:

Penanggung jawab, koordinator operasional, sekretariat, bagian pengumpulan informasi, bagian pengolahan informasi, bagian distribusi media, bagian *desk info*, dan bagian dukungan perangkat teknologi.

Penjelasan mengenai organisasi di *Media Center*, sebagai berikut:

1) Penanggungjawab

Merencanakan dan mengambil keputusan atas kebijakan yang telah ditetapkan serta melakukan evaluasi kinerja *Media Center*. Selain itu juga melakukan koordinasi dengan *Media Center* di tingkat pusat dan daerah lain.

2) Koordinator Operasional

Bertanggung jawab dalam menjalankan fungsi *Media Center* secara operasional, mengimplementasikan kebijakan pengelolaan *Media Center*, dan melakukan koordinasi terhadap jajaran pengelola *Media Center* di bawahnya.

3) Sekretariat

Melaksanakan, mengkoordinasikan dan mengawasi pengagendaan kerja *Media Center*, kemudian mengklarifikasi dan mendistribusikannya, khususnya yang berkaitan dengan

surat menyurat dan administrasi *Media Center*, termasuk mengalokasikan dukungan pembiayaan bagi kelancaran kegiatan *Media Center* dan menyusun naskah laporan aktivitas *Media Center*.

4) Bagian Pengumpulan Informasi

Menghimpun berbagai informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, ataupun tayangan yang berkembang, melalui media massa ataupun non-media massa. kegiatan-kegiatan yang terdapat dalam upaya mengumpulkan informasi di sini mencakup mencari, investigasi, menggali, bertanya dan merekam informasi yang dianggap penting untuk diketahui oleh publik.

5) Bagian Pengolahan Informasi

Memilah dan memilih informasi yang akan disimpan dan disebarkan kepada publik. Untuk keperluan penyebaran informasi, pengolahan informasi diantaranya mencakup kegiatan-kegiatan menulis, menyunting, membuat desain (*designing*), menyiapkan visualisasi (*visualizing*), merekam suara (*dubbing*) dan sejenisnya.

6) Bagian Distribusi Media

Mengirimkan informasi kepada masyarakat luas melalui berbagai jenis media, baik secara visual, audio, audio-visual, maupun "*social event*". Dalam penyebaran informasi ini, perlu

diperhitungkan khalayak sasaran kepada siapa informasi akan diberikan.

7) *Bagian Desk Info*

Mengirimkan informasi kepada masyarakat luas melalui kegiatan stasioner di lokasi *Media Center*.

8) *Bagian Dukungan Perangkat Teknologi*

Mengalokasikan dukungan sarana prasarana bagi kelancaran kegiatan *Media Center*.

Kualifikasi pegawai sudah sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan, pengelola *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo merupakan lulusan dari Jurusan Teknologi Informasi dan Komunikasi. Hal ini sudah sesuai dengan Standar Minimal Sumber Daya Manusia Pengelola, menurut Pedoman Umum Media Center (2011: 8), yaitu:

- 1) Memiliki kompetensi di bidang pengelolaan media informasi.
- 2) Memiliki kompetensi mengembangkan jejaring komunikasi sosial.
- 3) Memiliki kemampuan analisis kebutuhan informasi masyarakat.
- 4) Memiliki kompetensi bidang teknologi komunikasi dan informatika.

Pengelolaan Media Komunikasi Publik dilakukan sesuai dengan Instruksi Presiden Republik Indonesia nomor 9 tahun 2015 tentang pengelolaan komunikasi publik. Pengelolaan komunikasi publik yang harus dilakukan diantaranya:

menyampaikan data dan informasi kepada Menteri Komunikasi dan Informatika secara berkala, menyebarluaskan kepada publik terkait dengan kebijakan dan program Pemerintah secara cepat dan tepat. Hal lain terkait dengan pengelolaan Media Komunikasi Publik yaitu mengoordinasikan perencanaan, penyiapan dan pelaksanaan komunikasi publik, melakukan kajian terhadap data dan informasi yang disampaikan, melakukan monitoring dan menganalisis konten media terkait dengan kebijakan dan program Pemerintah dan melakukan pemantauan dan evaluasi pelaksanaan komunikasi publik. Pemerintah dalam hal memberikan iklan layanan masyarakat perlu memperhatikan kriteria tertentu, yaitu harus menimbulkan respon positif masyarakat dan tidak menyangkan kepentingan pribadi dan golongan.

Media Center dibangun untuk mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi, karena itu sudah menjadi tugas dari *Media Center* untuk mencari dan mengelola informasi yang bermanfaat bagi publik dengan tujuan informasi yang diberikan selalu *update* setiap hari. *Media Center* di dalam memberikan informasi yang bermanfaat bagi publik selalu rutin. Setiap ada program kegiatan selalu menyiapkan dengan matang rancangan kegiatan dengan wartawan, sehingga informasi yang diberikan harus memiliki manfaat untuk publiknya. Informasi-informasi tersebut kemudian diberikan kepada publik dengan

berbagai macam media yang dimiliki Pemerintah, agar sampai kepada masyarakat luas. Pemberian informasi kepada publik, *Media Center* Humas Kulon Progo juga menjalin kerjasama dengan Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Kabupaten Kulon Progo, dimana dalam PPID ada beberapa jenis informasi, yaitu informasi serta merta, informasi tersedia setiap saat dan informasi berkala.

1) Informasi Serta Merta

Informasi serta merta adalah informasi yang berkaitan dengan hajat hidup orang banyak dan ketertiban umum dan wajib diumumkan secara serta merta tanpa penundaan. Format untuk informasi serta merta dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6
Format untuk Informasi Serta Merta

No	Informasi	Penanggungjawab
(1)	(2)	(3)

2) Informasi Tersedia Setiap Saat

Informasi tersedia setiap saat adalah informasi yang harus disediakan untuk bisa langsung diberikan kepada pemohon informasi publik ketika terdapat permohonan terhadap informasi publik tersebut. Format untuk informasi tersedia setiap saat dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7
Format untuk Informasi Tersedia Setiap Saat

No	Informasi	Penanggungjawab
(1)	(2)	(3)
1.	Perda tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah	Kasubag Kelembagaan
2.	Perbub tentang Uraian Tugas Unsur Organisasi Terendah pada Organisasi Perangkat Daerah	Kasubag Kelembagaan
3.	Perbup tentang Kualifikasi Jabatan Struktural dan Jabatan Fungsional Umum	Kasubag Kelembagaan
4.	Perbup tentang Kualifikasi Jabatan Fungsional Tertentu	Kasubag Kelembagaan
5.	Perbup tentang Kualifikasi Jabatan Pegawai Non PNS	Kasubag Kelembagaan
6.	Perbup tentang Pedoman Koordinasi Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah	Kasubag Ketatalaksanaan
7.	Perbup tentang Pakaian Dinas PNS di Lingkungan Pemerintahan Daerah	Kasubag Ketatalaksanaan
8.	Perbud tentang Tata Naskah Dinas	Kasubag Ketatalaksanaan
9.	Perbup tentang Pedoman Penyusunan Standar Pelayanan Publik	Kasubag Ketatalaksanaan
10.	Perbup tentang Standar Pelayanan Publik pada Kecamatan	Kasubag Ketatalaksanaan
11.	Perbup tentang Standar Pelayanan Publik pada BPMPT	Kasubag Ketatalaksanaan
12.	Keputusan Bupati tentang Pola Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum (PPK BLUD) pada RSUD	Kasubag Ketatalaksanaan

3) Informasi Berkala

Informasi berkala adalah informasi yang wajib diperbaharui kemudian disediakan dan diumumkan kepada publik secara rutin atau berkala sekurang-kurangnya setiap 6 (enam) bulan

sekali. Format untuk informasi berkala dapat dilihat pada tabel

8.

Tabel 8
Format untuk Informasi Berkala

No	Informasi	Penanggungjawab
(1)	(2)	(3)
1.	Rencana Kerja (Renja) Sekretariat Daerah	Kasubag Pengembangan Kinerja Perangkat Daerah
2.	Rencana Kinerja Tahunan (RKT) Sekretariat Daerah	Kasubag Pengembangan Kinerja Perangkat Daerah
3.	Rencana Kerja Tahunan (RKT) Pemerintah Daerah	Kasubag Pengembangan Kinerja Perangkat Daerah
4.	Penetapan Kinerja (PK) Sekretariat Daerah	Kasubag Pengembangan Kinerja Perangkat Daerah
5.	Penetapan Kinerja (PK) Pemerintah Daerah	Kasubag Pengembangan Kinerja Perangkat Daerah
6.	Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah Daerah (LAKIP Pemda)	Kasubag Pengembangan Kinerja Perangkat Daerah
7.	Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah Sekretariat Daerah (LAKIP Setda)	Kasubag Pengembangan Kinerja Perangkat Daerah
8.	Data Asset	Kasubag Kelembagaan

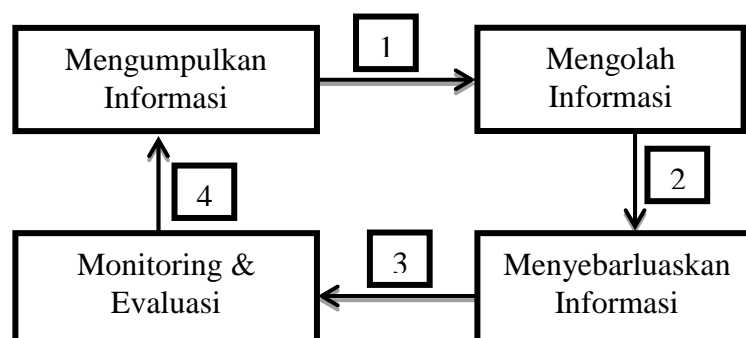
Pelaksanaan komunikasi publik di *Media Center* selalu dilakukan pemantauan, karena tidak memiliki badan khusus maka *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo melakukan pemantauan secara bersama-sama. Pengawasan komunikasi publik dilakukan, agar tidak terjadi kesalahan yang tidak diinginkan dan dapat menguntungkan semua pihak. Hal ini sesuai dengan Pedoman Umum Media Center (2011: 13), yakni:

Kegiatan monitoring (pemantauan) dilakukan untuk menunjukkan perbandingan, kecenderungan atau perkembangan berdasarkan beberapa indikator

keberhasilan. Secara umum, aspek yang dimonitoring adalah tingkat produktivitas, akses publik (jumlah dan karakteristik pengunjung), ragam informasi, kualitas produk dan kelancaran koordinasi.

2) Melakukan Persuasi untuk Mengubah Sikap dan Perbuatan Masyarakat

Pengelolaan informasi di *Media Center* dilakukan berdasarkan Standar Operasional Prosedur (SOP), dimulai dari adanya berita yang dikumpulkan, mengelola informasi, kemudian membuat *press release* untuk disebarkan kepada Media dan masyarakat/publik, terakhir berita/informasi tersebut dievaluasi. Hal ini sesuai dengan siklus pola kerja di *Media Center* menurut Pedoman Umum Media Center (2011: 14), sebagai berikut:



Gambar 10
Siklus Pola Kerja *Media Center*

Keterangan:

→ : Garis Koordinasi

Media Center di dalam memberikan berita/informasi kepada publik selalu mengutamakan bahwa berita/informasi tersebut mampu menyebarkan nilai-nilai yang baik kepada

masyarakat. Apapun kejadian yang diliput harus tetap memberikan berita dari sisi positif, hal ini untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan publik. Setiap informasi yang diberikan selalu dipertanggung jawabkan oleh pihak *Media Center*. Hal ini sesuai dengan fungsi humas menurut Suwardi Lubis (2001: 20), ada tiga fungsi *public relations*, yaitu:

- d) Mengabdikan kepada kepentingan umum (*it should serve the public interest*).
- e) Memelihara hubungan yang baik (*maintain good communication*).
- f) Menitik beratkan moral dan tingkah laku yang baik (*stress good morals and manners*).

Media Center dalam mengumpulkan informasi selalu bekerjasama dengan wartawan, wartawan didalam mencari berita dilapangan selalu mempertanggungjawabkan narasumber yang bersangkutan (misalnya: mencatat identitas dan nomor telepon narasumber), sehingga jika ada berita yang kurang menyenangkan diterima oleh masyarakat, dapat langsung ketahuan narasumber yang bersangkutan dan dapat langsung dikonfirmasi mengenai kebenarannya.

Keberadaan *Media Center* memang dimaksudkan untuk mengurangi aksi demonstrasi yang dilakukan masyarakat, namun keberadaannya tidak bisa menghilangkan aksi demonstrasi. Aksi demonstrasi masih terjadi di wilayah Kulon Progo, pada tanggal 01 September 2016 tentang aksi demonstrasi pembebasan lahan bandara Kulon Progo.

3) Menciptakan Komunikasi Dua Arah (*Reciprocal Two Ways of Traffic Communication*)

Pelaksanaan komunikasi dua arah dapat berjalan dengan lancar dan bagus, terutama untuk komunikasi secara langsung melalui program kegiatan yang dimiliki Bupati. Melalui forum “Bupati Menyapa” dan “Kamisan” selalu banyak masyarakat yang datang dan menyampaikan aspirasinya secara langsung, sehingga dapat memunculkan pemahaman untuk kedua belah pihak. Berbeda dengan menggunakan media, sangat sulit untuk mendapatkan kesepakatan kedua belah pihak dan bahkan terjadi *miss communication*. Kinerja humas di *Media Center* tidak hanya menjawab pertanyaan dari masyarakat saja, namun langsung mengarahkan ke dinas/instansi yang bersangkutan.

Umpan balik di dalam komunikasi berjalan dengan lancar, melalui media maupun secara langsung. Komunikasi secara langsung antara masyarakat dengan pemerintah dapat ditanggapi secara langsung, terlebih jika ada pihak atau pejabat yang berkepentingan ada/hadir. Namun, jika ada hal yang sifatnya teknis harus dikonfirmasi dahulu kepada pihak-pihak yang terkait, sehingga masyarakat harus menunggu karena tidak bisa langsung ditanggapi. Hal ini, *Media Center* berusaha untuk memberikan jawaban yang dapat dipertanggungjawabkan. Melalui aduan masyarakat di web resmi Pemerintah Kabupaten Kulon Progo,

apapun pertanyaan dan aduan yang diberikan oleh masyarakat ditanggapi dengan menggunakan kalimat yang mudah dipahami dan diterima masyarakat. Standar Operasional Prosedur (SOP) Pelayanan Aduan (pada lampiran 3), memiliki beberapa tahapan prosedur, yaitu:

- 1) Aduan masuk.
- 2) Mencatat dalam buku register aduan.
- 3) PPID menerima form, mempelajari substansi aduan.
- 4) PPID bersama Bidang Penyelesaian Sengketa/aduan serta Bidang Pengolahan IT, SKPD terkait memberikan keputusan tanggapan aduan.
- 5) PPID memberikan keputusan/tanggapan aduan melalui petugas pelayanan.
- 6) Melakukan pencatatan dan pembukuan.
- 7) Memberikan tanggapan aduan kepada pemohon.

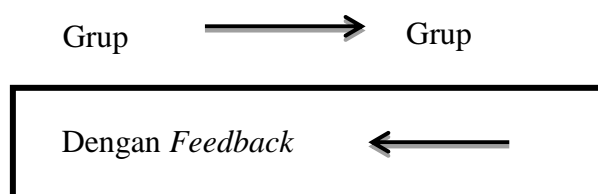
Komunikasi yang terjalin antara Pemerintah dengan masyarakat terjalin cukup baik, walaupun memang untuk merubah perilaku dan sikap masyarakat sulit. Hal ini, karena setiap orang memiliki pemikiran dan pendapat sendiri-sendiri. Untuk menghindari kesalahpahaman masyarakat informasi yang diberikan sifatnya harus rutin. Terutama informasi/berita yang baru, harus diberikan kepada masyarakat tidak hanya sekali. Melalui forum-forum resmi sangat efektif untuk merubah perilaku dan sikap

masyarakat. Di dalam sebuah forum tentunya terjadi diskusi antara masyarakat dengan Pemerintah/pihak terkait. Sehingga Pemerintah tahu apa yang menjadi keinginan warga dan bersama-sama mencari solusi yang terbaik. Efek yang timbul dari komunikasi ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy (2006:18) yang termasuk dalam efek komunikasi massa adalah sebagai berikut: “efek kognitif (pikiran/penalaran), efek afektif (perasaan), dan efek konatif (niat dan tekad)”. Untuk saat ini, *Media Center* selalu melakukan kegiatan *press tour* lokal dengan mengunjungi dan mempelajari kearifan lokal di Kulon Progo. *Press tour* merupakan kegiatan yang mengajak pers bersama-sama melakukan perjalanan wisata sambil menyampaikan informasi-informasi penting tentang instansi. Selain *press tour* lokal, kegiatan *Media Center* lainnya yaitu: *Press tour* luar daerah dan liputan bersama pers.

4) Mengevaluasi Sikap dan Opini Publik

Media Center selalu berusaha semaksimal mungkin untuk dekat dengan masyarakat dan pers. Dengan bantuan dan kerjasama dengan wartawan, pihak *Media Center* lebih mudah untuk dekat dengan tokoh-tokoh masyarakat dan komunitas, sehingga bisa lebih responsif terhadap kepentingan publiknya. Hal apa saja yang disampaikan oleh warga selalu ditampung dan berusaha untuk dibantu dalam mencari jalan keluarnya. Berbagai masalah yang

ditampung langsung dikonfirmasi kepada pihak-pihak yang bersangkutan (dinas maupun instansi) atau di dalam forum-forum yang dibuat humas. Namun, karena masyarakat memiliki keinginan dan persoalan yang banyak dan berbagai macam, sehingga belum bisa semua diselesaikan. Setiap opini yang masuk dari masyarakat melalui berbagai media untuk menyampaikannya, *Media Center* selalu berusaha untuk memberikan tanggapan tergantung dari konten dan kewenangannya. Hal ini sesuai dengan model komunikasi hubungan masyarakat yang dikemukakan oleh Rachmat Kriyantono (2009: 295-297), yaitu Model Simetris Dua Arah (*Two Way Symmetric*). Model ini bertujuan untuk dapat memperoleh *mutual understanding* sedangkan pola komunikasi yang dilakukan bersifat dua arah dengan efek-efek yang cukup seimbang. Model *two way symmetric* dapat dilihat pada gambar 11.

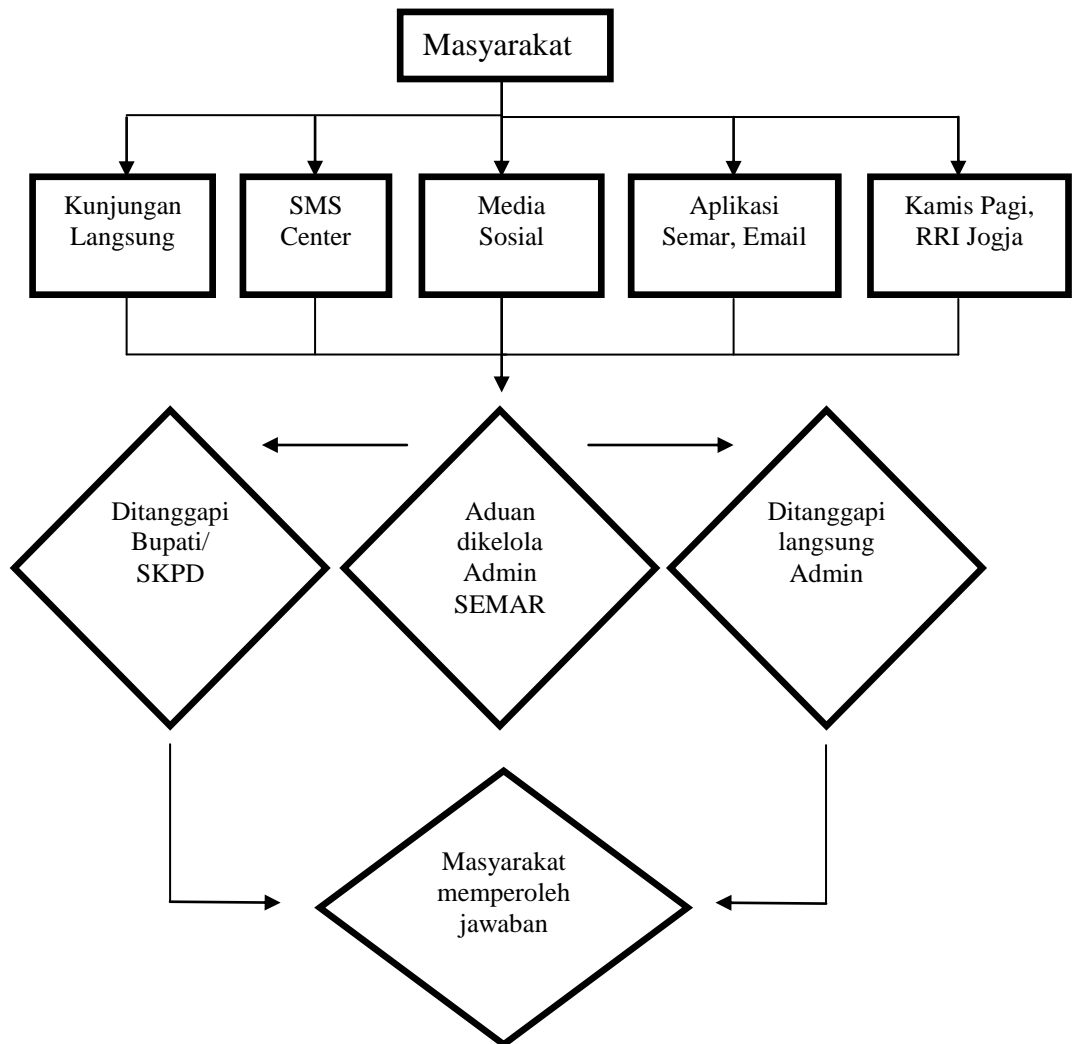


Gambar 11
Model Two Way Symmetric

“Public relations dalam prakteknya melakukan kegiatan berdasarkan penelitian dan menggabungkan dengan teknik komunikasi agar dapat mengelola konflik dan memperbaiki pemahaman yang telah dimiliki publik”.

Dalam bidang pelayanan kepada masyarakat, Pemerintah Kabupaten Kulon Progo memanfaatkan teknologi dan informasi

dengan membentuk layanan pengaduan masyarakat berupa SEMAR. SEMAR adalah aplikasi pengaduan masyarakat berbasis *online*, dirancang untuk mengelola pengaduan masyarakat baik menggunakan *sms center*, *email*, telepon, *faksimile*, jejaring sosial (seperti: *facebook*, *twitter*). Dalam mengirim aduan tidak diperkenankan mengirimkan pengaduan yang berupa fitnah, hasutan, penghinaan, pelecehan, pornografi, narkoba, pendapat yang berbau SARA (Suku, Agama, Ras dan Antar golongan), iklan (*advertising*) dan bernuansa politik. Untuk menyampaikan pengaduan kepada Pemerintah Kabupaten Kulon Progo melalui aplikasi SEMAR dengan mengisi formulir pengaduan *online* secara jelas dan benar. Hal tersebut dimaksudkan untuk memberi kemudahan dalam menindaklanjuti pengaduan. Alur proses layanan SEMAR dapat dilihat pada gambar 12.



Gambar 12
Alur Proses Layanan SEMAR

Jika opini/aduan dari masyarakat bisa langsung ditanggapi maka masyarakat dapat langsung diberikan jawaban, namun kalau masalah terkait teknis pihak yang terkait yang memberikan jawaban dan pasti harus dikoordinasikan terlebih dahulu. Prosedur aduan masyarakat dan permintaan informasi ada langkah-langkah yang harus ditempuh masyarakat. Semua membutuhkan aturan dan prosedur, hal ini untuk menghindari penyalahgunaan informasi.

Aduan dari masyarakat bisa ditolak jika tidak sesuai dengan persyaratan.

Melalui opini/masukan dari rakyat inilah masyarakat akan terlibat di dalam Pemerintahan. Apapun opini yang masuk dari masyarakat akan menjadi bahan pertimbangan dan bahan evaluasi. Namun, untuk realisasi semua opini yang masuk tergantung dari opini yang diberikan, karena semua opini yang masuk dari masyarakat harus dikaji dengan matang tingkat permasalahannya. Sehingga, pasti ada opini yang bisa direalisasikan dan tidak direalisasikan.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang berjudul *Peran Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten sebagai Media Komunikasi Publik bagi Masyarakat dan Pemerintah Kabupaten Kulon Progo ini, memiliki keterbatasan penelitian yaitu pada subjek penelitian yaitu Pengelola *Media Center*. Informasi yang diperoleh dari pengelola *Media Center* (Bapak Akhmad Tribiyanto) masih kurang maksimal. Hal tersebut karena pengelola *Media Center* yang lama (Bapak Fitri Ismanu) baru saja mengundurkan diri dari jabatannya pada bulan Juli 2016, dan digantikan oleh pengelola baru. Sehingga, informasi yang diperoleh dari pengelola baru terbatas.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, peran *Media Center* sebagai jembatan informasi dari Pemerintah kepada masyarakat sebagai media komunikasi publik, yaitu: memberi penerangan pada masyarakat, melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat, menciptakan komunikasi dua arah (*reciprocal two ways of traffic communication*) dan mengevaluasi sikap dan opini publik.

1. *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo dalam memberikan penerangan kepada masyarakat dengan membangun berbagai media, yaitu: media cetak, media elektronik dan media *online*.
2. Persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat dimulai dari pengelolaan informasi yang tepat di *Media Center*, dilakukan berdasarkan Standar Operasional Prosedur (SOP), dimulai dari adanya berita kemudian membuat *press release* dan terakhir menginformasikan kepada media dan masyarakat/publik.
3. Pelaksanaan komunikasi dua arah dilakukan melalui program kegiatan yang dimiliki Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, yaitu: forum “Bupati Menyapa”, “Kamisan” dan *Press Tour* Daerah.

4. *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo dalam mengevaluasi sikap dan opini publik dengan memanfaatkan teknologi dan informasi dengan membentuk layanan pengaduan masyarakat berupa SEMAR (Sistem Aduan Masyarakat Kabupaten Kulon Progo).

B. Saran

1. Bagi *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, sebagai berikut:
 - a. Perlu adanya peningkatan kualitas pegawai, berupa pelatihan dan training-training secara berkala sesuai dengan bagian masing-masing.
 - b. Untuk menjaga berita/informasi yang *update* setiap harinya pihak *Media Center* perlu bekerjasama dengan instansi atau dinas lain di lingkungan Pemerintah Kabupaten Kulon Progo dengan mengirimkan surat permohonan bekerjasama dalam peliputan berita. Sehingga ketika instansi atau dinas lainnya memiliki suatu berita/informasi atau untuk kepentingan peliputan dapat segera memberitahu pihak *Media Center*.
 - c. Perlu adanya peningkatan untuk *update* berita/informasi setiap hari di media tersebut, dengan cara pembagian admin dari para pegawai *Media Center* disetiap *Media Social*, yang nantinya mereka diberikan tanggungjawab dalam meng*update* berita setiap harinya.

2. Bagi *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo kepada masyarakat, sebagai berikut:
 - a. *Media Center* perlu mensosialisasikan secara rutin tentang peran *Media Center* kepada masyarakat melalui berbagai media publik yang dimiliki dan dikelola oleh *Media Center* (melalui *website* dan *media online*), agar masyarakat tahu keberadaan *Media Center* dan bisa memanfaatkannya.
 - b. *Media Center* secara berkala membuat acara di halaman gedung *Media Center (Open House)* untuk memperkenalkan *Media Center* ditengah masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfi Rachmadi. (2015). "Kualitas Pelayanan Publik *Media Center* di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya". *Skripsi*. Jurusan Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Surabaya.
- Asep Syamsul M. Romli. (2002). *Jurnalistik Terapan & Kepenulisan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Badan Penelitian dan Pengembangan SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2013). *Media Center di Instansi Pemerintah Daerah Buku Bunga Rampai 2013*. Jakarta: Kominfo.
- Bakri, Alimuddin Unde dan Tuti Bahfiarti. (2015). "Media Center sebagai Pusat Pelayanan Informasi Publik dalam Penyebarluasan Aktivitas Pemerintahan kepada Masyarakat di Kabupaten Pinrang". *Jurnal Komunika KAREBA* Vol.4 No.2 April – Juni 2015.
- Burhan Bungin. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Cangara Harfield. (2002). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Deddy Mulyana. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Dedi Riyadin Saputro. (2009). "Aktivitas Humas dalam Menjalankan *Media Relations* (Studi Deskriptif pada Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta)". *Skripsi*. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Diah Wardhani. (2008). *Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Direktorat Komunikasi Publik, Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2011). *Pedoman Umum Media Center*. Jakarta: Kominfo.
- Elvinaro Ardianto. (2009). *Public Relations Praktis, Edisi Pertama*. Jakarta: Widya.
- _____. (2007). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Haryatmoko. (2007). *Etika Komunikasi, Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik
- Karmilah, Soemirat dan Komala. (2007). *Komunikasi Massa*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Kemendagri. (2015). "Peran Humas sebagai Komunikator Publik". Diakses dari <http://www.kemendagri.co.id/news/2015/11/18/peran-humas-sebagai-komunikator-publik>. Pada tanggal 6 Januari 2016 jam 18.15 WIB.
- Lexy Moleong. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Maria Assumpta. (2002). *Dasar-Dasar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: Grasindo.
- Mukhtar. (2007). *Bimbingan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah*. Cipayung Ciputat: Gaung Persada Press.
- Nurudin. (2008). *Hubungan Media: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Gravindo.
- _____.(2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Onong Uchjana Effendy. (2006). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. (2003). *Ilmu dan Teori Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti.
- Peraturan Menteri Nomor 63 tahun 2007 tentang Tata Cara Tetap Pelaksanaan Komunikasi Publik (Kehumasan).
- Peraturan Pemerintah No 6 tahun 2008 Tentang Pedoman Evaluasi Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah.
- Rachmat Kriyantono. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran Cetakan IV*. Jakarta: Kencana.

- Rhenald Kasali. (2003). *Manajemen Publicrelations: Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Rosady Ruslan. (2007). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Rajagrafindo.
- _____. (2005). *Kiat dan Strategi Kampaye Public Relations*. Jakarta: PT Rajawali Pers.
- Saleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto. (2003). *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Scot M. Cutlip dan Allen M. Center. (2006). *Effective Public Relations*. (Alih bahasa: Tri Wibisono). Jakarta: Kencana.
- Sorot Kulon Progo. (2016). "Humas Kulon Progo Tak Punya Buku Pejabat". Diakses dari <http://sorotkulonprogo.com/berita-kulonprogo-1640-humas-kulon-progo-tak-punya-buku-pejabat.html>. Pada tanggal 9 Juni 2016 jam 11.15 WIB.
- Sri Sayekti Palupi. (2015). "Peran Media Center dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat pada Penyelenggaraan Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bojonegoro". E-Journal UNESA. Diakses dari ejournal.unesa.ac.id/index.php/publika/article/view/1044. Pada tanggal 11 Maret 2016 jam 18.30 WIB.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2002). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Suwardi Lubis. (2001). *Public Relations dalam Kontrak Survey dan Penelitian*. Medan: USU Press.
- Undang-Undang No 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Publik.
- Undang-Undang No 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintah Daerah.
- West Richard dan Lynn H. Turner. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wiryantono. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Grasindo.

L

A

M

P

I

R

A

N

LAMPIRAN 1
PEDOMAN OBSERVASI,
WAWANCARA DAN
DOKUMENTASI

PEDOMAN OBSERVASI
PERAN *MEDIA CENTER* HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PUBLIK BAGI MASYARAKAT DAN
PEMERINTAH KABUPATEN KULON PROGO

Petunjuk penggunaan lembar observasi:

1. Tuliskan keterangan singkat dari hasil pengamatan dikolom deskripsi hasil penelitian.
2. Tuliskan kata YA atau TIDAK dikolom keterangan.

NO	OBJEK YANG DIAMATI	DESKRIPSI HASIL PENELITIAN
A.	Sarana dan Prasarana <i>Media Center</i>	
1.	Apakah bangunan <i>Media Center</i> dalam kondisi baik?	
2.	Berapa banyak ruangan yang terdapat di <i>Media Center</i> ?	
3.	Adakah peralatan penunjang kerja untuk masing-masing pegawai <i>Media Center</i> ? (seperti: perangkat komputer dan printer).	
4.	Apakah gedung <i>Media Center</i> mempunyai ruang tunggu bagi masyarakat yang ingin menggunakan fasilitas <i>Media Center</i> ?	
5.	Bagaimana kondisi ruang tunggu tersebut?	
6.	Adakah area parkir untuk pengunjung <i>Media Center</i> ?	
7.	Adakah papan informasi di <i>Media Center</i> ?	
8.	Adakah kotak aduan yang disediakan di <i>Media Center</i> ?	

9.	Adakah area <i>hotspot</i> di <i>Media Center</i> ?	
10.	Adakah lampu penerangan di setiap ruangan <i>Media Center</i> ?	
B.	Kegiatan di <i>Media Center</i>	
1.	Apakah pegawai <i>Media Center</i> masuk sesuai jam kerja?	
2.	Apakah pegawai <i>Media Center</i> keluar sesuai jam kerja?	
3.	Bagaimana suasana kerja pegawai di <i>Media Center</i> ?	
4.	Apakah pegawai <i>Media Center</i> melayani masyarakat dengan ramah?	
5.	Apakah proses kegiatan di <i>Media Center</i> berjalan lancar?	
C.	Media Sosialisasi yang digunakan <i>Media Center</i>	
1.	Adakah <i>website</i> /media sosial yang aktif digunakan <i>Media Center</i> ?	
2.	Adakah brosur atau leaflet yang dibagikan oleh <i>Media Center</i> ?	
3.	Apakah jumlahnya tersedia banyak untuk pengunjung <i>Media Center</i> ?	
4.	Apakah <i>Media Center</i> mempunyai majalah atau surat kabar sendiri?	
5.	Apakah <i>Media Center</i> mempunyai saluran radio atau televisi sendiri?	
D.	Lingkungan <i>Media Center</i>	
1.	Apakah lingkungan <i>Media Center</i> bersih dan rapi?	
2.	Apakah ada tempat sampah?	

3.	Apakah ada petugas kebersihan di <i>Media Center</i> ?	
3.	Apakah petugas kebersihan rajin mengontrol agar kebersihan <i>Media Center</i> terjaga kebersihannya?	
4.	Apakah lingkungan sekitar <i>Media Center</i> kondusif untuk mendukung pelaksanaan kerja di <i>Media Center</i> ?	
5.	Apakah letak <i>Media Center</i> strategis dan mudah diakses oleh masyarakat?	

PEDOMAN WAWANCARA
PERAN *MEDIA CENTER* HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PUBLIK BAGI MASYARAKAT DAN
PEMERINTAH KABUPATEN KULON PROGO

A. Memberi Penerangan pada Masyarakat

1. Apa saja media-media yang digunakan oleh Pemerintah Kulon Progo untuk memberikan informasi dan menjalin komunikasi dengan publiknya?
2. *Media Center* merupakan salah satu media komunikasi publik yang dimiliki Pemkab Kulon Progo, bagaimana bapak/ibu melihat kondisinya saat ini pasca pembangunan dan renovasi?
3. Apakah sarana dan prasarana yang dimiliki *Media Center* sudah lengkap atau perlu ditingkatkan kembali baik jumlah maupun jenisnya?
4. Bagaimana kondisi Sumber Daya Manusia (SDM) penegelola *Media Center* dilihat dari kualitas maupun kuantitas?
5. Menurut Bapak/Ibu, apakah para pengelola *Media Center* telah mengelola *Media Center* secara profesional?
6. Apakah *Media Center* selalu rutin memberikan informasi yang bermanfaat bagi publik?
7. Apakah *Media Center* selalu memberikan pengawasan didalam pelaksanaan komunikasi publik?

B. Melakukan Persuasi untuk Mengubah Sikap dan Perbuatan Masyarakat

1. Apakah pengelolaan informasi di *Media Center* menurut Bapak/Ibu sudah tepat?
2. Apakah selama ini *Media Center* dalam memberikan berita/informasi kepada masyarakat selalu mengutamakan bahwa berita/informasi tersebut mampu menyebarkan nilai-nilai yang baik kepada masyarakat?
3. Apakah dengan adanya *Media Center* mampu mengurangi aksi demonstrasi yang sering dilakukan oleh publik?

C. Menciptakan Komunikasi Dua Arah (*Reciprocal Two Ways of Traffic Communication*)

1. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang pelaksanaan komunikasi dua arah yang terjadi di *Media Center*?
2. Apakah umpan balik didalam komunikasi tersebut berjalan dengan lancar?
3. Apakah komunikasi yang terjalin antara Pemerintah dengan masyarakat mampu menimbulkan perubahan perilaku dan sikap dari masyarakat?

D. Mengevaluasi Sikap dan Opini Publik

1. Apakah *Media Center* selalu peka dan tanggap terhadap kepentingan publiknya?
2. Apakah *Media Center* selalu memberikan tanggapan terhadap opini yang masuk dari masyarakat?
3. Apakah opini yang diberikan oleh masyarakat tersebut selalu menjadi bahan evaluasi Pemerintah?

PEDOMAN DOKUMENTASI
PERAN *MEDIA CENTER* HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PUBLIK BAGI MASYARAKAT DAN
PEMERINTAH KABUPATEN KULON PROGO

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah:

1. Sejarah berdirinya *Media Center*
2. Visi dan Misi *Media Center*
3. Program kerja *Media Center*
4. Struktur organisasi *Media Center*
5. Arsip pegawai *Media Center*
6. Daftar hadir pegawai *Media Center*
7. Daftar kunjungan *Media Center*
8. Daftar aduan masyarakat *Media Center*
9. Dokumen/foto kegiatan *Media Center*

LAMPIRAN 2

ANALISIS DATA

HASIL OBSERVASI
PERAN *MEDIA CENTER* HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PUBLIK BAGI MASYARAKAT DAN
PEMERINTAH KABUPATEN KULON PROGO

Petunjuk penggunaan lembar observasi:

1. Tuliskan keterangan singkat dari hasil pengamatan dikolom deskripsi hasil penelitian.
2. Tuliskan kata YA atau TIDAK dikolom keterangan.

NO	OBJEK YANG DIAMATI	DESKRIPSI HASIL PENELITIAN
A.	Sarana dan Prasarana <i>Media Center</i>	
1.	Apakah bangunan <i>Media Center</i> dalam kondisi baik?	Bangunan telah selesai direnovasi, dan terdapat bangunan baru yaitu ruang baca koran dibagian belakang dan gazebo.
2.	Berapa banyak ruangan yang terdapat di <i>Media Center</i> ?	Ada 6 ruangan, yaitu: Ruang tamu/resepsionis, sub bagian data & informasi, sub bagian humas, ruang press release/wartawan, ruang rapat dan ruang baca koran.
3.	Adakah peralatan penunjang kerja untuk masing-masing pegawai <i>Media Center</i> ? (seperti: perangkat komputer dan printer).	Ada, namun tidak semua meja pegawai disediakan komputer dan printer. Terlebih jumlah printer sangat terbatas.
4.	Apakah gedung <i>Media Center</i> mempunyai ruang tunggu bagi masyarakat yang ingin menggunakan fasilitas <i>Media Center</i> ?	<i>Media Center</i> memiliki ruang tunggu untuk para pengguna <i>Media Center</i> namun jumlah kursi tunggu tidak banyak dan ruangan sempit.
5.	Bagaimana kondisi ruang tunggu tersebut?	Kondisinya baik dan bersih, kursi yang disediakan jenis sofa sehingga terasa nyaman namun ruangan sempit.
6.	Adakah area parkir untuk pengunjung <i>Media Center</i> ?	Area parkir untuk mobil dan sepeda motor tersedia sangat luas dan aman walaupun tidak ada petugas pengaman.
7.	Adakah papan informasi di <i>Media Center</i> ?	Papan informasi tersedia sangat kecil dan sulit diakses oleh para pengunjung karena terletak dibagian dalam kantor.

8.	Adakah kotak aduan yang disediakan di <i>Media Center</i> ?	Kondisinya sangat baik, dan besar terletak di ruang tunggu dan mudah ditemukan oleh para pengunjung.
9.	Adakah area <i>hotspot</i> di <i>Media Center</i> ?	<i>Media Center</i> merupakan titik <i>hotspot</i> di Pemkab Kulon Progo, sehingga mudah diakses dan kecepatan <i>hotspot</i> bisa dikatakan cepat.
10.	Adakah lampu penerangan di setiap ruangan <i>Media Center</i> ?	Setiap ruangan disediakan lampu penerangan yang memadai, dan <i>Media Center</i> memiliki jendela yang besar disetiap ruangnya sehingga terang.
B.	Kegiatan di <i>Media Center</i>	
1.	Apakah pegawai <i>Media Center</i> masuk sesuai jam kerja?	Jam masuk pegawai pukul 07.30 WIB, namun dari presensi pegawai banyak yang datang terlambat. Pegawai juga bisa masuk pada hari libur, mengikuti jadwal kegiatan dari Pemkab sehingga harus melakukan liputan.
2.	Apakah pegawai <i>Media Center</i> keluar sesuai jam kerja?	Jam keluar pegawai pukul 16.00 WIB, namun kebanyakan pegawai <i>Media Center</i> kerja di luar kantor/ lapangan untuk melakukan peliputan jadi tergantung jadwal masing-masing. Tidak ada presensi keluar untuk pegawai <i>Media Center</i> .
3.	Bagaimana suasana kerja pegawai di <i>Media Center</i> ?	Pekerjaan di <i>Media Center</i> sangat banyak, sehingga pegawai sibuk bekerja sesuai dengan tugasnya masing-masing, terkadang satu pegawai harus melakukan banyak pekerjaan.
4.	Apakah pegawai <i>Media Center</i> melayani masyarakat dengan ramah?	Pegawai melayani masyarakat dan tamu dengan sopan dan ramah, sehingga merasa nyaman ketika berkunjung di <i>Media Center</i> .
5.	Apakah proses kegiatan di <i>Media Center</i> berjalan lancar?	Kegiatan di <i>Media Center</i> berjalan dengan lancar karena semua pegawai selalu bekerja, jarang ada yang menganggur.
C.	Media Sosialisasi yang digunakan <i>Media Center</i>	
1.	Adakah <i>website</i> /media sosial yang aktif digunakan <i>Media Center</i> ?	<i>Media Center</i> menggunakan semua media yang dimiliki, namun untuk <i>website</i> sangat aktif mengelola web Pemkab dan SEMAR.
2.	Adakah brosur atau leaflet yang dibagikan oleh <i>Media Center</i> ?	Brosur ada, hanya tidak update karena kesibukan pegawai dan keterbatasan SDM.
3.	Apakah jumlahnya tersedia banyak untuk pengunjung <i>Media Center</i> ?	Terbatas, bahkan di ruang tunggu dan resepsionis tidak ada.

4.	Apakah <i>Media Center</i> mempunyai majalah atau surat kabar sendiri?	Mempunyai Buletin WARTA MENOREH yang terbitnya satu tahun dua kali.
5.	Apakah <i>Media Center</i> mempunyai saluran radio atau televisi sendiri?	<i>Media Center</i> bekerjasama dengan radio Komunitas Kulon Progo dan bekerjasama dengan TVRI dalam dialog interaktif.
D.	Lingkungan <i>Media Center</i>	
1.	Apakah lingkungan <i>Media Center</i> bersih dan rapi?	Bersih dan rapi, tidak ditemukan sampah yang berserakan.
2.	Apakah ada tempat sampah?	Tempat sampah tersedia cukup banyak.
3.	Apakah ada petugas kebersihan di <i>Media Center</i> ?	<i>Cleaning Service</i> sudah disediakan oleh Pemda Kulon Progo.
3.	Apakah petugas kebersihan rajin mengontrol agar kebersihan <i>Media Center</i> terjaga kebersihannya?	Setiap hari dan setiap pagi petugas kebersihan selalu membersihkan ruangan dan lingkungan <i>Media Center</i> , sehingga terlihat selalu bersih dan nyaman bagi pegawai dan pengguna.
4.	Apakah lingkungan sekitar <i>Media Center</i> kondusif untuk mendukung pelaksanaan kerja di <i>Media Center</i> ?	Lingkungan <i>Media Center</i> sangat nyaman dan kondusif untuk bekerja walaupun terletak di pusat keramaian Kota Wates (sebelah timur Alun-Alun Wates)
5.	Apakah letak <i>Media Center</i> strategis dan mudah diakses oleh masyarakat?	Sangat strategis disebelah timur Alun-Alun Wates dan disekitar gedung Pemerintah Kabupaten Kulon Progo yang mudah diakses dan mudah ditemukan.

**TRANSKIP WAWANCARA DENGAN KEPALA BAGIAN HUMAS
PEMERINTAH KABUPATEN KULON PROGO**

Identitas Responden

Nama Responden : Arning Rahayu, S.IP.

Tempat Wawancara : Kantor *Media Center* Humas Kulon Progo

Tanggal Wawancara : 01 September 2016

Waktu Wawancara : 09.30 WIB

EPD : Peneliti (Elvika Putri Dinanti)

AR : Informan (Arning Rahayu)

A. Memberi Penerangan pada Masyarakat

1. EPD : Apa saja media-media yang digunakan oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo untuk memberikan informasi dan menjalin komunikasi dengan publiknya?

AR : *“Pemerintah Kulon Progo didalam menjalin komunikasi dengan masyarakat memanfaatkan media-media yang bekerja sama dengan Media Center antara lain Media Cetak (misalnya: Kedaulatan Rakyat, Bernas Jogja, Swara Merdeka, Sindo, Jawa Pos, Radar Jogja, Harian Jogja, Republika, Tribun Jogja, Kompas, dan Tempo), Media Online (misalnya: KRjogja.com, sorotkulonprogo.com, antarajogja.com), dan Media Elektronik (RRI, TVRI, MNC TV, Net TV, TV One, Metro TV, Jogja TV, Kresna TV, AD TV dan RBTV). Masyarakat yang ingin menyampaikan aspirasinya secara langsung bisa melalui acara “Bupati Menyapa” di Radio RRI Jogja 91,1 FM (tiap Jum’at jam 07.30 – 08.00 WIB) dan acara “Kamis” di Rumah Dinas Bupati (tiap hari Kamis 06.30 – selesai). Masyarakat juga bisa menggunakan telp./ fax (0274)773272/ 773208, SMS Center 0811 255 4010, e-mail ke aduan@kulonprogokab.go.id, melalui media online (SEMAR (Sistem Aduan Masyarakat), Facebook dan*

Twitter) serta masyarakat bisa langsung datang ke kantor Media Center Humas Kulon Progo”.

2. EPD : *Media Center* merupakan salah satu media komunikasi publik yang dimiliki Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, bagaimana bapak/ibu melihat kondisinya saat ini pasca pembangunan dan renovasi?

AR : *“Cukup memadai, bangunan semakin bersih dan rapi sudah pasti namun perlu fasilitas pendukung yang masih kurang”.*

3. EPD : Apakah sarana dan prasarana yang dimiliki *Media Center* sudah lengkap atau perlu ditingkatkan kembali baik jumlah maupun jenisnya?

AR : *“Sarana komputer dan AC merupakan fasilitas yang masih memerlukan tambahan cukup banyak. Ruang Wartawan/ Press Room bahkan AC belum ada dan komputer untuk fasilitas wartawan masih kurang banyak. Padahal untuk saat ini jumlah wartawan semakin banyak, namun belum ada perluasan ruangan sehingga sangat diperlukan untuk penambahan ruangan. Selain itu, fasilitas komputer bantuan dari Kemkominfo juga banyak yang sudah rusak, dan harapannya untuk kedepan Press Room bisa dilengkapi dengan sarana pendukungnya yang lebih baik dan lengkap”.*

4. EPD : Bagaimana kondisi Sumber Daya Manusia (SDM) pengelola *Media Center* dilihat dari kualitas maupun kuantitasnya?

AR : *“SDM pengelola Media Center yang jelas kami masih kekurangan namun kami berusaha untuk memaksimalkan SDM yang ada”.*

5. EPD : Menurut Bapak/Ibu, apakah para pengelola *Media Center* telah mengelola *Media Center* secara profesional?

AR : *“Profesionalisme memang selalu menjadi tuntutan kami dalam bekerja, terutama untuk para PNS. Namun, kalau dilihat dari jumlah kami yang masih kurang kadang sulit untuk melakukan pekerjaan secara profesional, namun kami selalu berusaha untuk*

memberikan yang terbaik, baik untuk pemerintah dan masyarakat”.

6. EPD :*Bagaimana pengelolaan media komunikasi publik yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo?*

AR :*“Pengelolaan media-media komunikasi publik yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo sudah dilakukan sesuai dengan Instruksi Presiden RI nomor 9 tahun 2015 tentang pengelolaan komunikasi publik, diantaranya: menyampaikan data dan informasi kepada Kemkominfo secara berkala, menyebarluaskan kepada publik terkait kebijakan dan program Pemerintah secara cepat dan tepat menggunakan berbagai saluran media yang dimiliki, dalam hal menyampaikan berita atau informasi tersebut kami harus menyampaikan kepada masyarakat secara obyektif, berkualitas dan yang terpenting mudah dimengerti oleh masyarakat itu sendiri. Kemudian, untuk iklan layanan masyarakat harus menimbulkan respon positif dari masyarakat dan tidak boleh iklan layanan masyarakat tersebut memihak kepada kepentingan pribadi atau golongan.”*

7. EPD :*Apakah Media Center selalu rutin memberikan informasi yang bermanfaat bagi publik?*

AR : *“Rutin, karena kami dalam bekerja juga dibantu oleh para wartawan tentunya setiap hari pasti ada informasi yang bisa diiberikan kepada masyarakat”.*

8. EPD :*Apakah Media Center selalu memberikan pengawasan didalam pelaksanaan komunikasi publik?*

AR : *“Lebih tepatnya pemantauan, iya kami melakukannya namun kami tidak memiliki bagian/departemen khusus yang menangani hal tersebut. Kami melakukan pemantauan secara bersama-sama, kembali ke persoalan kami yang masih kekurangan SDM tersebut”.*

B. Melakukan Persuasi untuk Mengubah Sikap dan Perbuatan Masyarakat

1. EPD :Apakah pengelolaan informasi di *Media Center* menurut Bapak/Ibu sudah tepat?
 AR :*“Dalam pengelolaan informasi di Media Center ini kami sudah sesuai dengan SOP, dimulai dari adanya berita kemudian kami membuat press release dan terakhir menginformasikan kepada Media dan masyarakat/publik”*.
2. EPD :Apakah selama ini *Media Center* dalam memberikan berita/informasi kepada masyarakat selalu mengutamakan bahwa berita/informasi tersebut mampu menyebarkan nilai-nilai yang baik kepada masyarakat?
 AR :*“Iya, setidaknya mengarah ke menjaga dan meningkatkan kepercayaan publik”*.
3. EPD :Apakah dengan adanya *Media Center* mampu mengurangi aksi demonstrasi yang sering dilakukan oleh publik?
 AR :*“Kalau untuk itu relatif, tergantung berat tidaknya permasalahan itu. Namun, aksi demo dari warga terutama untuk saat ini kan masih panas-panasnya kasus tanah bandara itu masih sering ada aksi demo didepan sini”*.

C. Menciptakan Komunikasi Dua Arah (*Reciprocal Two Ways of Traffic Communication*)

1. EPD :Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang pelaksanaan komunikasi dua arah yang terjadi di *Media Center*?
 AR :*“Pelaksanaan komunikasi dua arah dapat berjalan dengan lancar, terutama untuk komunikasi secara langsung melalui kegiatan “Bupati Menyapa” dan “Kamis” itu selalu banyak masyarakat yang memanfaatkan kegiatan tersebut sehingga banyak aspirasi yang kami terima. Hal itu juga karena keseriusan dari Bupati sendiri yang memang sangat respect dengan aspirasi masyarakat Kulon Progo terutama”*.

2. EPD :Apakah umpan balik didalam komunikasi tersebut berjalan dengan lancar?

AR :*“Kalau untuk komunikasi antara masyarakat dengan pemerintah secara langsung bisa langsung ditanggapi, terlebih jika ada pejabat yang berkepentingan dengan hal tersebut hadir. Namun, jika ada suatu hal yang memang membutuhkan tindak lanjut tentunya harus menunggu tidak bisa langsung ditanggapi. Karena kami berusaha ketika memberikan jawaban kepada masyarakat/publik merupakan jawaban yang bisa dipertanggung jawabkan”*.

3. EPD :Apakah komunikasi yang terjalin antara Pemerintah dengan masyarakat mampu menimbulkan perubahan perilaku dan sikap dari masyarakat?

AR :*“Iya, kami berusaha untuk masyarakat itu muncul sikap mencintai produk lokal, misalnya program “BelaBeli Kulon Progo” dan juga kami berusaha untuk menumbuhkan sikap masyarakat itu mau berpartisipasi dalam program pemerintah”*.

D. Mengevaluasi Sikap dan Opini Publik

1. EPD :Apakah *Media Center* selalu peka dan tanggap terhadap kepentingan publiknya?

AR :*“Semaksimal mungkin kami dekat dengan masyarakat dan pers, karena dengan teman-teman wartawan mereka selalu lebih peka dan tanggap dengan kepentingan masyarakat karena mereka lebih mudah untuk dekat dengan tokoh masyarakat dan mereka selalu menyampaikan kepada kami”*.

2. EPD :Apakah *Media Center* selalu memberikan tanggapan terhadap opini yang masuk dari masyarakat?

AR :*“Kami berusaha untuk memberikan setiap tanggapan yang masuk dari masyarakat melalui berbagai media mereka*

menyampaikannya. Untuk aduan dari masyarakat ada SOP nya dan ada alur prosedurnya nanti bisa dilihat sendiri”.

3. EPD :Apakah opini yang diberikan oleh masyarakat tersebut selalu menjadi bahan evaluasi Pemerintah?

AR :*“Pasti untuk dipertimbangkan, apapun opini dari masyarakat tersebut karena masyarakat memiliki hak untuk menyampaikan pendapatnya”.*

**TRANSKIP WAWANCARA DENGAN PENGELOLA *MEDIA CENTER*
HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN KULON PROGO**

Identitas Responden

Nama Responden : Akhmad Tribiyanto, S.ST.
 Tempat Wawancara : Kantor *Media Center* Humas Kulon Progo
 Tanggal Wawancara : 08 September 2016
 Waktu Wawancara : 11.00 WIB
 EPD : Peneliti (Elvika Putri Dinanti)
 AT : Informan (Akhmad Tribiyanto)

A. Memberi Penerangan pada Masyarakat

1. EPD : Apa saja media-media yang digunakan oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo untuk memberikan informasi dan menjalin komunikasi dengan publiknya?

AT : *“Ada secara langsung dan secara tidak langsung. Secara langsung misalnya: kamisan, safari jumat, bedah rumah setiap hari Minggu, safari taraweh, safari subuh dan penyampaian bantuan secara langsung (misalnya: bantuan untuk pertanian) dan dialog publik. Untuk secara tidak langsung yaitu menggunakan media elektronik dan media cetak, melalui website resmi Pemkab dan website sub domain yang dimiliki Sekda. Bisa juga dari redaksi langsung kami berupa buletin, majalah, leaflet. Bisa juga dengan baliho dan spanduk, untuk wilayah yang bisa dibilang pelosok kami ada siaran keliling jika ada suatu acara yang insidental. Untuk SEMAR itu lebih digunakan untuk pengaduan masyarakat”.*

2. EPD : *Media Center* merupakan salah satu media komunikasi publik yang dimiliki Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, bagaimana bapak/ibu melihat kondisinya saat ini pasca pembangunan dan renovasi?

AT :*“Setelah renovasi tentunya bangunan lebih luas dan temboknya lebih bagus, tapi tidak ada perluasan bangunan”*.

3. EPD : Apakah sarana dan prasarana yang dimiliki *Media Center* sudah lengkap atau perlu ditingkatkan kembali baik jumlah maupun jenisnya?

AT :*“Perlu ditingkatkan lagi, seperti kamera/ alat dokumentasi, komputer untuk editing, kipas serta AC yang sangat kami butuhkan”*.

4. EPD : Bagaimana kondisi Sumber Daya Manusia (SDM) pengelola *Media Center* dilihat dari kualitas maupun kuantitasnya?

AT :*“Dari segi kualitas, dari tingkat pendidikan semua pegawai sudah sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan namun untuk segi kuantitas masih sangat terbatas jumlahnya”*.

5. EPD : Menurut Bapak/Ibu, apakah para pengelola *Media Center* telah mengelola *Media Center* secara profesional?

AT :*“Kita dituntut untuk selalu bekerja secara profesional, namun karena jumlah kita terbatas sehingga pekerjaan yang kita tangani tidak sesuai dengan spesifik pekerjaan kami”*.

6. EPD : Bagaimana pengelolaan media komunikasi publik yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo?

AT :*“Dalam pengelolaan media komunikasi publik, kami mengikuti amanat dari Instruksi Presiden. Kami harus memberikan berita atau informasi kepada masyarakat secara rutin dan objektif melalui berbagai media yang dibangun oleh Pemerintah. Karena saya dipercaya sebagai pengelola disini, tentunya didalam menjalankan media komunikasi publik kami harus melakukan monitoring dan menganalisis konten media yang memang harus mampu mengedukasi, kemudian melakukan evaluasi terkait pelaksanaan komunikasi publik”*.

7. EPD :Apakah *Media Center* selalu rutin memberikan informasi yang bermanfaat bagi publik?

AT :*“Rutin, meskipun perlu untuk ditingkatkan lagi. Media Center kan juga menangani tentang PPID, jadi di PPID itu ada informasi yang sifatnya wajib dan berkala paling tidak melalui website sudah seupdate mungkin kami memberikan informasi. Namun, kendala yang dihadapi untuk masyarakat pedalaman yang kesusahan untuk mengakses internet”*.

8. EPD :Apakah *Media Center* selalu memberikan pengawasan didalam pelaksanaan komunikasi publik?

AT :*“Kami dibantu PPID untuk memonitoring setiap aduan dari warga. Tapi kalau dari humas, sebisa mungkin semua harus terlibat di dalam pengawasan komunikasi publik agar tidak terjadi kesalahan yang tidak diinginkan dan dapat menguntungkan semua pihak”*.

B. Melakukan Persuasi untuk Mengubah Sikap dan Perbuatan Masyarakat

1. EPD :Apakah pengelolaan informasi di *Media Center* menurut Bapak/Ibu sudah tepat?

AT :*“Kami dalam bekerja sudah sesuai dengan SOP, namun masih banyak usaha peningkatan yang harus kami lakukan seperti, karena kami kekurangan SDM seharusnya kami mengangkat tenaga harian lepas namun untuk saat ini baru diusulkan”*.

2. EPD :Apakah selama ini *Media Center* dalam memberikan berita/informasi kepada masyarakat selalu mengutamakan bahwa berita/informasi tersebut mampu menyebarkan nilai-nilai yang baik kepada masyarakat?

AT :*“Iya, apapun kejadian yang kami liput kami harus tetap memberikan berita dari sisi positif”*.

3. EPD :Apakah dengan adanya *Media Center* mampu mengurangi aksi demonstrasi yang sering dilakukan oleh publik?

AT :*“Tidak bisa mengukur, yang jelas aksi demo masih terjadi”*.

C. Menciptakan Komunikasi Dua Arah (*Reciprocal Two Ways of Traffic Communication*)

1. EPD :Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang pelaksanaan komunikasi dua arah yang terjadi di *Media Center*?

AT :*“Lumayan sudah berjalan dengan lancar dan bagus. Karena ada acara yang masyarakat langsung bisa menyampaikan pendapatnya seperti Kamisan sehingga komunikasi dua arah dapat berjalan dengan lancar. Kalau hanya pakai media kan masih sering terjadi miss communication, tapi kalau dengan forum forum resmi semua mudah untuk mendapat pemahaman”*.

2. EPD :Apakah umpan balik didalam komunikasi tersebut berjalan dengan lancar?

AT :*“Iya, karena secara langsung dapat terjawab. Namun, kalau secara teknis pasti harus kami konfirmasi dulu kepada pihak-pihak yang terkait”*.

3. EPD :Apakah komunikasi yang terjalin antara Pemerintah dengan masyarakat mampu menimbulkan perubahan perilaku dan sikap dari masyarakat?

AT :*“Iya, melalui forum-forum resmi seperti Kamisan biasanya efektif. Ada program pembangunan misalnya, dapat disampaikan didalam forum tersebut sehingga masyarakat jadi tahu. Lalu komunitas masyarakat dapat memperjelas dengan apa yang sedang diperjuangkan, dan Pemerintah bisa mencari solusi/ pihak yang terkait. Kalau misal masyarakat menyampaikan keinginannya melalui forum-forum tersebut, Pemerintah jadi tahu apa yang menjadi keinginan warga”*.

D. Mengevaluasi Sikap dan Opini Publik

1. EPD :Apakah *Media Center* selalu peka dan tanggap terhadap kepentingan publiknya?
AT :*“Insyallah selalu responsif, apa yang disampaikan warga kami selalu menampungnya dan berusaha kami bantu jalan keluarnya”*.
2. EPD :Apakah *Media Center* selalu memberikan tanggapan terhadap opini yang masuk dari masyarakat?
AT :*“Berbeda-beda tergantung konten dan kewenangannya. Bisa langsung ditanggapi kalau misal itu bisa langsung kami jawab, namun kalau masalah teknis pihak SKPD terkait yang memberikan jawaban dan kalau memang perlu harus dikoordinasikan terlebih dahulu kepada pihak-pihak yang terkait”*.
3. EPD :Apakah opini yang diberikan oleh masyarakat tersebut selalu menjadi bahan evaluasi Pemerintah?
AT :*“Salah satu bahan evaluasi, karena opini termasuk masukan dari rakyat yang memang rakyat harus terlibat didalam pemerintahan. Namun, kalau untuk realisasi tergantung opini yang diberikan, karena semua opini yang masuk dari masyarakat selalu kami kaji dengan matang tingkat permasalahannya”*.

**TRANSKIP WAWANCARA DENGAN KETUA
PAGUYUBAN WARTAWAN KULON PROGO (PWKP)**

Identitas Responden

Nama Responden : Sri Widodo (Bernas Jogja)
 Tempat Wawancara : Kantor *Media Center* Humas Kulon Progo
 Tanggal Wawancara : 07 September 2016
 Waktu Wawancara : 09.30 WIB
 EPD : Peneliti (Elvika Putri Dinanti)
 SW : Informan (Sri Widodo)

A. Memberi Penerangan pada Masyarakat

1. EPD : Apa saja media-media yang digunakan oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo untuk memberikan informasi dan menjalin komunikasi dengan publiknya?

SW : *“Pemerintah Kulon Progo untuk memberikan informasi kepada publiknya yaitu dengan bekerjasama dengan para wartawan yang berada di Media Center dari berbagai media seperti media cetak, media elektronik dan media online. Tapi, Pemerintah memiliki media sendiri yaitu media social yang dikelola oleh Humas Kulon Progo seperti twitter, facebook dan e-mail. Lalu memiliki SEMAR itu aduan elektronik dan Bupati Kulon Progo selama masa jabatannya itu punya agenda wajib setiap hari Kamis pagi itu masyarakat bisa langsung datang di rumah dinas, tapi karena masa jabatan Bupati sudah habis sepertinya sudah tidak terlaksana lagi”.*

2. EPD : *Media Center* merupakan salah satu media komunikasi publik yang dimiliki Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, bagaimana bapak/ibu melihat kondisinya saat ini pasca pembangunan dan renovasi?

SW : *“Bagi kami tidak ada pengaruhnya, soalnya memang untuk*

fasilitas yang disediakan bagi wartawan tidak ada peningkatan malah berkurang, dulu ruangan kami ada AC nya tapi sekarang sudah tidak diberikan. Mungkin, bangunannya saja yang semakin bagus”.

3. EPD : Apakah sarana dan prasarana yang dimiliki *Media Center* sudah lengkap atau perlu ditingkatkan kembali baik jumlah maupun jenisnya?

SW :*“Kalau untuk fasilitasnya saat ini bisa dibilang cukup, tapi belum lengkap. Masih banyak fasilitas yang harus ditambah dan diperbanyak lagi terutama untuk komputer wartawan, karena komputer bantuan dari Kemkominfo ada yang justru mengalami kerusakan sehingga itu sangat mengganggu terlebih jumlah wartawan saat ini semakin banyak jumlahnya sehingga penggunaan komputer memang perlu ditambah. Lalu jaringan wifi juga terkadang tidak bisa lancar, terutama untuk wartawan dari media TV ketika mengirim video itu pasti membutuhkan waktu yang cukup lama”.*

4. EPD : Bagaimana kondisi Sumber Daya Manusia (SDM) pengelola *Media Center* dilihat dari kualitas maupun kuantitasnya?

SW :*“Dari segi kualitas dan kuantitasnya masih kurang saya lihat, sehingga untuk penyajian data mengalami keterbatasan. Keterbatasan dari jumlah SDM juga mempengaruhi berita yang disajikan setiap harinya, sehingga kami para wartawan harus yang selalu datang langsung ke dinas-dinas atau instansi yang bersangkutan terkait dengan permasalahan yang diangkat. Sementara dari humas karena keterbatasan personil itulah sehingga humas melakukan koordinasi dengan humas dinas-dinas yang terkait untuk mengupdate setiap hari terkait berita atau informasi melalui situs-situs yang dimiliki humas”.*

5. EPD :Menurut Bapak/Ibu, apakah para pengelola *Media Center* telah mengelola *Media Center* secara profesional?
- SW :*“Walaupun memiliki keterbatasan personil, tapi humas saya lihat berusaha untuk bekerja secara profesional”*.
6. EPD :Bagaimana pengelolaan media komunikasi publik yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo?
- SW :*“Pengelolaannya saya lihat sudah bagus, para SDM yang bekerja sudah mampu mengelola sesuai dengan prosedur, mulai dari menghimpun, mengolah, mempublikasi dan mengevaluasi. Tinggal didalam memanfaatkan media komunikasi publik yang saya lihat belum maksimal, karena Pemerintah punya banyak sekali media untuk publik, namun tidak semua terupdate dengan baik”*.
7. EPD :Apakah *Media Center* selalu rutin memberikan informasi yang bermanfaat bagi publik?
- SW :*“Humas setiap ada program kegiatan mereka selalu menyiapkan dengan matang rancangan kegiatan dengan wartawan juga sehingga informasi yang diberikan harus memiliki manfaat untuk publiknya”*
8. EPD :Apakah *Media Center* selalu memberikan pengawasan didalam pelaksanaan komunikasi publik?
- SW :*“Tidak ada badan khusus untuk pengawasan, semuanya terlibat didalam pengawasan komunikasi publik dan saling bekerjasama baik antara humas dan wartawan”*.

B. Melakukan Persuasi untuk Mengubah Sikap dan Perbuatan Masyarakat

1. EPD :Apakah pengelolaan informasi di *Media Center* menurut Bapak/Ibu sudah tepat?
- SW : *“Saya kira sudah sesuai dengan SOP”*
2. EPD :Apakah selama ini *Media Center* dalam memberikan berita/

informasi kepada masyarakat selalu mengutamakan bahwa berita/informasi tersebut mampu menyebarkan nilai-nilai yang baik kepada masyarakat?

SW :*“Iya, sudah pasti itu. Sampai saat ini belum pernah kami memberikan informasi yang menyebarkan nilai-nilai yang negatif karena setiap informasi yang diberikan selalu dipertanggung jawabkan. Wartawan selalu bekerja memburu berita di lapangan, setiap ada narasumber kami selalu mencatat identitasnya dan nomer teleponnya. Karena kita terjun ke lapangan, maka kita harus membangun narasumber di lingkungan masyarakat. Nah, sehingga misal ada berita yang kurang baik, bisa langsung ketahuan narasumbernya siapa dan dapat dikonfirmasi lagi”*.

3. EPD :Apakah dengan adanya *Media Center* mampu mengurangi aksi demonstrasi yang sering dilakukan oleh publik?

SW :*“Mengurangi, tapi juga masih ada aksi demo, seperti kemarin contohnya aksi demo pembebasan lahan untuk bandara. Intinya tergantung berat tidaknya kasus, kalau masih bisa diselesaikan disini ya masyarakat tidak akan demo”*.

C. Menciptakan Komunikasi Dua Arah (*Reciprocal Two Ways of Traffic Communication*)

1. EPD :Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang pelaksanaan komunikasi dua arah yang terjadi di *Media Center*?

SW :*“Pelaksanaan komunikasi dua arah cukup baik, karena kinerja humas tidak hanya menjawab pertanyaan dari masyarakat saja tetapi juga mengarahkan solusi yang terbaik bagi masyarakat dan langsung mengarahkan ke dinas-dinas yang bersangkutan”*.

2. EPD :Apakah umpan balik didalam komunikasi tersebut berjalan dengan lancar?

SW :*“Cukup berjalan lancar, baik menggunakan media langsung maupun media tidak langsung”*.

3. EPD :Apakah komunikasi yang terjalin antara Pemerintah dengan masyarakat mampu menimbulkan perubahan perilaku dan sikap dari masyarakat?

SW :*“Iya, tapi informasi yang diberikan sifatnya rutin, masyarakat kalau diberikan berita baru harus berulang-ulang tidak boleh hanya sekali terutama tentang kebijakan baru yang dibuat Pemerintah. Misalnya saja kemarin itu ada program Kawasan Tanpa Rokok (KTR), itu banyak sekali aksi protes dan pertanyaan dari masyarakat tapi karena pemberitaan yang terus menerus dan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari masyarakat maka masyarakat bisa memahami terkait kebijakan tersebut”*.

D. Mengevaluasi Sikap dan Opini Publik

1. EPD :Apakah *Media Center* selalu peka dan tanggap terhadap kepentingan publiknya?

SW :*“Iya dan belum. Iyanya untuk membahas mengenai masalah publik itu bisa langsung ke dinas-dinas yang bersangkutan atau di dalam forum-forum yang dibuat humas setiap dinas. Belumnya, karena masyarakat itu kan keinginannya banyak sekali sehingga humas tentunya tidak bisa menanganinya semua”*.

2. EPD :Apakah *Media Center* selalu memberikan tanggapan terhadap opini yang masuk dari masyarakat?

SW : *“Kalau itu saya tidak tahu, yang jelas kalau melalui SEMAR itu pasti ada tanggapannya”*.

3. EPD :Apakah opini yang diberikan oleh masyarakat tersebut selalu menjadi bahan evaluasi Pemerintah?

SW :*“Saya kira menjadi bahan pertimbangan, karena Pemerintah Daerah bersama Bupati memiliki program selama lima tahun yang telah dilaksanakan yaitu “Kamisn”, disana ada banyak pejabat dari berbagai dinas yang siap mendengar dan menjawab pertanyaan dari masyarakat yang hadir”*.

TRANSKIP WAWANCARA DENGAN MASYARAKAT KULON PROGO

Identitas Responden

Nama Responden : Indra Nefita
 Pekerjaan : Pegawai BPJS
 Tempat Wawancara : Alun-Alun Wates
 Tanggal Wawancara : 27 Agustus 2016
 Waktu Wawancara : 16.00 WIB
 EPD : Peneliti (Elvika Putri Dinanti)
 IN : Informan (Indra Nefita)

A. Memberi Penerangan pada Masyarakat

1. EPD : Apa saja media-media yang digunakan oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo untuk memberikan informasi dan menjalin komunikasi dengan publiknya?
 IN : *“Koran dan Radio”*
2. EPD : *Media Center* merupakan salah satu media komunikasi publik yang dimiliki Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, bagaimana bapak/ibu melihat kondisinya saat ini pasca pembangunan dan renovasi?
 IN : *“Lebih baik bangunannya, semakin rapi dan selalu bersih yang saya lihat”.*
3. EPD : Apakah sarana dan prasarana yang dimiliki *Media Center* sudah lengkap atau perlu ditingkatkan kembali baik jumlah maupun jenisnya?
 IN : *“Sarana prasarana kurang lengkap, perlu peningkatan jumlah sarana sehingga dapat menunjang kualitas pelayanan dan dapat memberikan informasi yang update. Terus sama perluasan bangunan saya kira perlu, karena bangunan Media Center kan*

kecil jadi kalau bangunan semakin besar lebih ramai pengunjung. Pengunjung banyak yang tertarik datang kesana intinya”.

4. EPD :Bagaimana kondisi Sumber Daya Manusia (SDM) pengelola *Media Center* dilihat dari kualitas maupun kuantitasnya?
IN :*“Dari segi kualitas baik, namun perlu ditingkatkan jumlahnya saya rasa”.*
5. EPD :Menurut Bapak/Ibu, apakah para pengelola *Media Center* telah mengelola *Media Center* secara profesional?
IN :*“Cukup profesional tapi dibagian pelayanan informasi saya kira masih kurang, karena mungkin kurangnya SDM tadi”.*
6. EPD :Bagaimana pengelolaan media komunikasi publik yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo?
IN :*“Saya rasa pengelolaannya bagus, karena berita yang diberikan sesuai dengan apa yang saya inginkan. Intinya berita yang diberikan berkualitas”.*
7. EPD :Apakah *Media Center* selalu rutin memberikan informasi yang bermanfaat bagi publik?
IN :*“Sudah cukup rutin, update dalam memberikan informasi, namun untuk update di Sosial Media kurang ya terutama Facebook”.*
8. EPD :Apakah *Media Center* selalu memberikan pengawasan didalam pelaksanaan komunikasi publik?
IN :*“Saya masih menjumpai berita yang seharusnya perlu penyuntingan lagi dalam kalimatnya agar lebih enak dibaca”.*

B. Melakukan Persuasi untuk Mengubah Sikap dan Perbuatan Masyarakat

1. EPD :Apakah pengelolaan informasi di *Media Center* menurut Bapak/Ibu sudah tepat?
IN :*“Lumayan tepat, karena berita yang disajikan bervariasi”.*
2. EPD :Apakah selama ini *Media Center* dalam memberikan berita/

informasi kepada masyarakat selalu mengutamakan bahwa berita/informasi tersebut mampu menyebarkan nilai-nilai yang baik kepada masyarakat?

IN : *“Berita pasti disajikan untuk memberikan dampak positif, berita negatifpun pasti ada sisi positifnya yaitu misal ada imbauan kepada masyarakat untuk tidak melakukan hal tersebut, dan untuk berita positif pasti sifatnya persuasif agar masyarakat mencontoh apa yang diberikan dalam berita tersebut”.*

3. EPD :Apakah dengan adanya *Media Center* mampu mengurangi aksi demonstrasi yang sering dilakukan oleh publik?

IN : *“Tidak, karena yang saya lihat masyarakat lebih puas untuk menyampaikan dengan aksi demonstrasi didepan umum”.*

C. Menciptakan Komunikasi Dua Arah (*Reciprocal Two Ways of Traffic Communication*)

1. EPD :Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang pelaksanaan komunikasi dua arah yang terjadi di *Media Center*?

IN : *“Sudah bagus dan berjalan lancar, karena Bupati kan dekat dengan rakyat dan sering membuat acara bersama dengan rakyat”.*

2. EPD :Apakah umpan balik didalam komunikasi tersebut berjalan dengan lancar?

IN : *“Iya, yang saya amati di web bagian aduan masyarakat itu selalu cepat ditanggapi itu kan juga bagian dari umpan balik dalam berkomunikasi”.*

3. EPD :Apakah komunikasi yang terjalin antara Pemerintah dengan masyarakat mampu menimbulkan perubahan perilaku dan sikap dari masyarakat?

IN : *“Belum, karena masih sering terjadi kesalahpahaman. Seperti masalah tanah bandara itu kan juga sampai sekarang belum jelas”.*

D. Mengevaluasi Sikap dan Opini Publik

1. EPD :Apakah *Media Center* selalu peka dan tanggap terhadap kepentingan publiknya?
IN :“*Kurang tanggap, karena masih banyak persoalan-persoalan yang sifatnya masih belum jelas, sedangkan masyarakat menuntut suatu kejelasan contohnya tentang persoalan tanah bandara*”.
2. EPD :Apakah *Media Center* selalu memberikan tanggapan terhadap opini yang masuk dari masyarakat?
IN :“*Ditanggapi, tapi kadang bisa langsung ditanggapi dan kadang kita harus menunggu*”.
3. EPD :Apakah opini yang diberikan oleh masyarakat tersebut selalu menjadi bahan evaluasi Pemerintah?
IN :“*Iya, karena feedback dari masyarakat harus menjadi bahan evaluasi penyelenggaraan pemerintahan, tapi tindak lanjut kadang masih belum saya rasakan*”.

TRANSKIP WAWANCARA DENGAN MASYARAKAT KULON PROGO

Identitas Responden

Nama Responden : Linda Listiani
 Tempat Wawancara : Alun-Alun Wates
 Tanggal Wawancara : 30 Agustus 2016
 Waktu Wawancara : 11.00 WIB
 EPD : Peneliti (Elvika Putri Dinanti)
 LL : Informan (Linda Listiani)

A. Memberi Penerangan pada Masyarakat

1. EPD : Apa saja media-media yang digunakan oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo untuk memberikan informasi dan menjalin komunikasi dengan publiknya?
 LL : *“Setahu saya koran, radio dan televisi”*.
2. EPD : *Media Center* merupakan salah satu media komunikasi publik yang dimiliki Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, bagaimana bapak/ibu melihat kondisinya saat ini pasca pembangunan dan renovasi?
 LL : *“Menjadi lebih bagus”*.
3. EPD : Apakah sarana dan prasarana yang dimiliki *Media Center* sudah lengkap atau perlu ditingkatkan kembali baik jumlah maupun jenisnya?
 LL : *“Sudah lengkap”*.
4. EPD : Bagaimana kondisi Sumber Daya Manusia (SDM) pengelola *Media Center* dilihat dari kualitas maupun kuantitasnya?
 LL : *“Cukup baik”*.
5. EPD : Menurut Bapak/Ibu, apakah para pengelola *Media Center* telah mengelola *Media Center* secara profesional?
 LL : *“Sudah menurut saya”*.

6. EPD :Bagaimana pengelolaan media komunikasi publik yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo?
 LL :*“Pengelolaannya sudah lebih baik menurut saya, semakin banyak media yang dimiliki Pemerintah untuk menyampaikan informasi.”*
7. EPD :Apakah *Media Center* selalu rutin memberikan informasi yang bermanfaat bagi publik?
 LL :*“Sudah update, tapi di media sosial masih jarang padahal kan masyarakat banyak yang menggunakan media sosial”.*
8. EPD :Apakah *Media Center* selalu memberikan pengawasan didalam pelaksanaan komunikasi publik?
 LL :*“Menurut saya, pasti Media Center selalu memberikan pengawasan”.*

B. Melakukan Persuasi untuk Mengubah Sikap dan Perbuatan Masyarakat

1. EPD :Apakah pengelolaan informasi di *Media Center* menurut Bapak/Ibu sudah tepat?
 LL :*“Sudah tepat, karena saya pernah baca di artikel kalau Media Center Kulon Progo termasuk pengelolaannya bagus”.*
2. EPD :Apakah selama ini *Media Center* dalam memberikan berita/informasi kepada masyarakat selalu mengutamakan bahwa berita/informasi tersebut mampu menyebarkan nilai-nilai yang baik kepada masyarakat?
 LL :*“Pasti”.*
3. EPD :Apakah dengan adanya *Media Center* mampu mengurangi aksi demonstrasi yang sering dilakukan oleh publik?
 LL :*“Saya kira masih sering terjadi aksi demo”.*

C. Menciptakan Komunikasi Dua Arah (*Reciprocal Two Ways of Traffic Communication*)

1. EPD :Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang pelaksanaan komunikasi dua arah yang terjadi di *Media Center*?
 LL :*“Terjalin cukup bagus”.*

2. EPD :Apakah umpan balik didalam komunikasi tersebut berjalan dengan lancar?

LL :*“Berjalan dengan lumayan lancar”*.

3. EPD :Apakah komunikasi yang terjalin antara Pemerintah dengan masyarakat mampu menimbulkan perubahan perilaku dan sikap dari masyarakat?

LL :*“Saya kira sudah”*.

D. Mengevaluasi Sikap dan Opini Publik

1. EPD :Apakah *Media Center* selalu peka dan tanggap terhadap kepentingan publiknya?

LL :*“Cukup peka”*.

2. EPD :Apakah *Media Center* selalu memberikan tanggapan terhadap opini yang masuk dari masyarakat?

LL :*“Tergantung opininya, kalau bisa langsung ditanggapi ya langsung ditanggapi kalau tidak pasti ada prosesnya”*.

3. EPD :Apakah opini yang diberikan oleh masyarakat tersebut selalu menjadi bahan evaluasi Pemerintah?

LL :*“Harusnya menjadi bahan evaluasi, tapi terkadang keinginan dari masyarakat tidak semua di realisasikan tergantung seperti apa opininya kan”*.

TRANSKIP WAWANCARA DENGAN MASYARAKAT KULON PROGO

Identitas Responden

Nama Responden : Mei Frantika Wulandari

Pekerjaan : Siswa SMK Multimedia

Tempat Wawancara : Alun-Alun Wates

Tanggal Wawancara : 27 Agustus 2016

Waktu Wawancara : 15.00 WIB

EPD : Peneliti (Elvika Putri Dinanti)

MFW : Informan (Mei Frantika Wulandari)

A. Memberi Penerangan pada Masyarakat

1. EPD : Apa saja media-media yang digunakan oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo untuk memberikan informasi dan menjalin komunikasi dengan publiknya?

MFW : *“Koran”*.

2. EPD : *Media Center* merupakan salah satu media komunikasi publik yang dimiliki Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, bagaimana bapak/ibu melihat kondisinya saat ini pasca pembangunan dan renovasi?

MFW : *“Bangunannya semakin baik dan bagus”*.

3. EPD : Apakah sarana dan prasarana yang dimiliki *Media Center* sudah lengkap atau perlu ditingkatkan kembali baik jumlah maupun jenisnya?

MFW : *“Belum lengkap, dan perlu untuk penambahan jumlah maupun jenisnya”*.

4. EPD : Bagaimana kondisi Sumber Daya Manusia (SDM) pengelola *Media Center* dilihat dari kualitas maupun kuantitasnya?

MFW : *“Cukup baik dan perlu ditambah jumlahnya”*.

5. EPD :Menurut Bapak/Ibu, apakah para pengelola *Media Center* telah mengelola *Media Center* secara profesional?
MFW :*“Sudah profesional, tapi kayaknya harus ditambah lagi jumlahnya”*.
6. EPD :Bagaimana pengelolaan media komunikasi publik yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo?
MFW:*“Saya rasa Pemerintah Kulon Progo adalah bekerja keras di dalam memberikan berita dan informasi kepada masyarakat, namun dibeberapa media masih belum update.”*
7. EPD :Apakah *Media Center* selalu rutin memberikan informasi yang bermanfaat bagi publik?
MFW : *“Sudah rutin terutama di web Pemkab”*.
8. EPD :Apakah *Media Center* selalu memberikan pengawasan didalam pelaksanaan komunikasi publik?
MFW : *“Kayaknya ada”*.

B. Melakukan Persuasi untuk Mengubah Sikap dan Perbuatan Masyarakat

1. EPD :Apakah pengelolaan informasi di *Media Center* menurut Bapak/Ibu sudah tepat?
MFW : *“Sudah tepat”*.
2. EPD :Apakah selama ini *Media Center* dalam memberikan berita/informasi kepada masyarakat selalu mengutamakan bahwa berita/informasi tersebut mampu menyebarkan nilai-nilai yang baik kepada masyarakat?
MFW :*“Saya kira begitu, untuk meningkatkan kepercayaan dari masyarakat”*.
3. EPD :Apakah dengan adanya *Media Center* mampu mengurangi aksi demonstrasi yang sering dilakukan oleh publik?
MFW : *“Tidak, masih ada demo”*.

C. Menciptakan Komunikasi Dua Arah (*Reciprocal Two Ways of Traffic Communication*)

1. EPD :Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang pelaksanaan komunikasi dua arah yang terjadi di *Media Center*?

MFW : “*Sangat bagus*”.

2. EPD :Apakah umpan balik didalam komunikasi tersebut berjalan dengan lancar?

MFW : “*Cukup baik*”.

3. EPD :Apakah komunikasi yang terjalin antara Pemerintah dengan masyarakat mampu menimbulkan perubahan perilaku dan sikap dari masyarakat?

MFW: “*Belum semuanya tapi sudah sebagian besar, karena perilaku setiap orang kan beda-beda jadi susah untuk merubah sikap*”.

D. Mengevaluasi Sikap dan Opini Publik

1. EPD :Apakah *Media Center* selalu peka dan tanggap terhadap kepentingan publiknya?

MFW : “*Sudah*”.

2. EPD :Apakah *Media Center* selalu memberikan tanggapan terhadap opini yang masuk dari masyarakat?

MFW : “*Di aduan masyarakat di web pemkab selalu ada tanggapan*”.

3. EPD :Apakah opini yang diberikan oleh masyarakat tersebut selalu menjadi bahan evaluasi Pemerintah?

MFW : “*Seharusnya iya*”.

TRANSKIP WAWANCARA DENGAN MASYARAKAT KULON PROGO

Identitas Responden

Nama Responden : Sera Oktavia
 Tempat Wawancara : Alun-Alun Wates
 Tanggal Wawancara : 27 Agustus 2016
 Waktu Wawancara : 13.00 WIB
 EPD : Peneliti (Elvika Putri Dinanti)
 SO : Informan (Sera Oktavia)

A. Memberi Penerangan pada Masyarakat

1. EPD : Apa saja media-media yang digunakan oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo untuk memberikan informasi dan menjalin komunikasi dengan publiknya?
 SO : *“TVRI dan RRI”*.
2. EPD : *Media Center* merupakan salah satu media komunikasi publik yang dimiliki Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, bagaimana bapak/ibu melihat kondisinya saat ini pasca pembangunan dan renovasi?
 SO : *“Menjadi lebih rapi dan indah”*.
3. EPD : Apakah sarana dan prasarana yang dimiliki *Media Center* sudah lengkap atau perlu ditingkatkan kembali baik jumlah maupun jenisnya?
 SO : *“Belum, perlu ada peningkatan”*.
4. EPD : Bagaimana kondisi Sumber Daya Manusia (SDM) pengelola *Media Center* dilihat dari kualitas maupun kuantitasnya?
 SO : *“Cukup baik dan ramah”*.
5. EPD : Menurut Bapak/Ibu, apakah para pengelola *Media Center* telah mengelola *Media Center* secara profesional?
 SO : *“Sudah profesional”*

6. EPD :Bagaimana pengelolaan media komunikasi publik yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo?

SO : *“Saya kira sudah sesuai SOP dari mencari, mengolah dan menyampaikan”*.

7. EPD :Apakah *Media Center* selalu rutin memberikan informasi yang bermanfaat bagi publik?

SO : *“Menurut saya selalu rutin”*.

8. EPD :Apakah *Media Center* selalu memberikan pengawasan didalam pelaksanaan komunikasi publik?

SO : *“Iya, karena berita yang disajikan harus baik jadi perlu ada pengawasan”*.

B. Melakukan Persuasi untuk Mengubah Sikap dan Perbuatan Masyarakat

1. EPD :Apakah pengelolaan informasi di *Media Center* menurut Bapak/Ibu sudah tepat?

SO : *“Iya, sudah tepat”*.

2. EPD :Apakah selama ini *Media Center* dalam memberikan berita/informasi kepada masyarakat selalu mengutamakan bahwa berita/informasi tersebut mampu menyebarkan nilai-nilai yang baik kepada masyarakat?

SO : *“Seharusnya iya, tapi kan kadang ada juga berita yang tidak enak dibaca”*.

3. EPD :Apakah dengan adanya *Media Center* mampu mengurangi aksi demonstrasi yang sering dilakukan oleh publik?

SO : *“Kayaknya tergantung permasalahannya berat atau tidak, namun aksi demo masih terjadi”*.

C. Menciptakan Komunikasi Dua Arah (*Reciprocal Two Ways of Traffic Communication*)

1. EPD :Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang pelaksanaan komunikasi dua arah yang terjadi di *Media Center*?

SO : *“Sudah baik”*.

2. EPD :Apakah umpan balik didalam komunikasi tersebut berjalan dengan lancar?

SO : *“Saya belum tahu itu”*.

3. EPD :Apakah komunikasi yang terjalin antara Pemerintah dengan masyarakat mampu menimbulkan perubahan perilaku dan sikap dari masyarakat?

SO : *“Iya, saya rasakan ada”*.

D. Mengevaluasi Sikap dan Opini Publik

1. EPD :Apakah *Media Center* selalu peka dan tanggap terhadap kepentingan publiknya?

SO : *“Menurut saya iya, karena kan mereka kayak jembatannya kita untuk menyampaikan pendapat”*.

2. EPD :Apakah *Media Center* selalu memberikan tanggapan terhadap opini yang masuk dari masyarakat?

SO : *“Tanggap dan cepat bergerak”*.

3. EPD :Apakah opini yang diberikan oleh masyarakat tersebut selalu menjadi bahan evaluasi Pemerintah?

SO : *“Menurut saya iya, kan tujuan Media Center untuk menampung pendapat masyarakat”*.

TRANSKIP WAWANCARA DENGAN MASYARAKAT KULON PROGO

Identitas Responden

Nama Responden : Deni Istika Handayani

Pekerjaan : Mahasiswa

Tempat Wawancara : Alun-Alun Wates

Tanggal Wawancara : 03 September 2016

Waktu Wawancara : 16.00 WIB

EPD : Peneliti (Elvika Putri Dinanti)

DIH : Informan (Deni Istika Handayani)

A. Memberi Penerangan pada Masyarakat

1. EPD : Apa saja media-media yang digunakan oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo untuk memberikan informasi dan menjalin komunikasi dengan publiknya?

DIH : *“Koran, web, media sosial”*

2. EPD : *Media Center* merupakan salah satu media komunikasi publik yang dimiliki Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, bagaimana bapak/ibu melihat kondisinya saat ini pasca pembangunan dan renovasi?

DIH : *“Lebih nyaman dan visual comfort”*.

3. EPD : Apakah sarana dan prasarana yang dimiliki *Media Center* sudah lengkap atau perlu ditingkatkan kembali baik jumlah maupun jenisnya?

DIH : *“Belum lengkap terutama di bagian press release, fasilitas press conference kayaknya belum ada”*.

4. EPD : Bagaimana kondisi Sumber Daya Manusia (SDM) pengelola *Media Center* dilihat dari kualitas maupun kuantitasnya?

DIH : *“Sedikit dan untuk kualitas cukup baik”*.

5. EPD :Menurut Bapak/Ibu, apakah para pengelola *Media Center* telah mengelola *Media Center* secara profesional?

DIH : “*Cukup profesional*”

6. EPD :Bagaimana pengelolaan media komunikasi publik yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo?

DIH : “*Pengelolaannya saat ini sudah baik, soalnya berita yang sering saya baca itu sudah memberikan informasi yang kebanyakan sangat bermanfaat untuk saya*”.

7. EPD :Apakah *Media Center* selalu rutin memberikan informasi yang bermanfaat bagi publik?

DIH : “*Sudah rutin, tapi untuk media sosial lebih di perhatikan lagi karena kan seusia saya mungkin lebih update lewat medsos*”.

8. EPD :Apakah *Media Center* selalu memberikan pengawasan didalam pelaksanaan komunikasi publik?

DIH : “*Kalau untuk pengawasan kayaknya harus semua aktif, Cuma kalau Media Center saya tidak tahu apakah punya badan khusus apa tidak*”.

B. Melakukan Persuasi untuk Mengubah Sikap dan Perbuatan Masyarakat

1. EPD :Apakah pengelolaan informasi di *Media Center* menurut Bapak/Ibu sudah tepat?

DIH : “*Sudah tepat*”.

2. EPD :Apakah selama ini *Media Center* dalam memberikan berita/informasi kepada masyarakat selalu mengutamakan bahwa berita/informasi tersebut mampu menyebarkan nilai-nilai yang baik kepada masyarakat?

DIH : “*Iya, karena Media Center milik Pemerintah pastinya akan selalu memberikan berita-berita positif bagi masyarakat*”.

3. EPD :Apakah dengan adanya *Media Center* mampu mengurangi aksi demonstrasi yang sering dilakukan oleh publik?

DIH : “*Aksi demo jarang terjadi, ya mungkin kalau permasalahan berat*”.

baru ada aksi demo”.

C. Menciptakan Komunikasi Dua Arah (*Reciprocal Two Ways of Traffic Communication*)

1. EPD :Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang pelaksanaan komunikasi dua arah yang terjadi di *Media Center*?

DIH :*“Sudah bagus, karena banyak program yang dibuat Pemerintah agar masyarakat bisa komunikasi langsung”.*

2. EPD :Apakah umpan balik didalam komunikasi tersebut berjalan dengan lancar?

DIH : *“Feedback sudah terjadi”.*

3. EPD :Apakah komunikasi yang terjalin antara Pemerintah dengan masyarakat mampu menimbulkan perubahan perilaku dan sikap dari masyarakat?

DIH :*“Relatif, tergantung bagaimana setiap orang menyikapi karena setiap orang pasti punya pendapatnya masing-masing”.*

D. Mengevaluasi Sikap dan Opini Publik

1. EPD :Apakah *Media Center* selalu peka dan tanggap terhadap kepentingan publiknya?

DIH : *“Sudah, tapi belum intensif pendekatan kepada masyarakat”.*

2. EPD :Apakah *Media Center* selalu memberikan tanggapan terhadap opini yang masuk dari masyarakat?

DIH : *“Tanggap, tapi tergantung permasalahannya sih”.*

3. EPD :Apakah opini yang diberikan oleh masyarakat tersebut selalu menjadi bahan evaluasi Pemerintah?

DIH :*“Pasti menjadi bahan pertimbangan Pemerintah, karena ini di negara demokrasi jadi masyarakat ikut pula dalam kegiatan Pemerintahan”.*

TRANSKIP WAWANCARA DENGAN MASYARAKAT KULON PROGO

Identitas Responden

Nama Responden : Tentrem, A.Ma.Pd.

Pekerjaan : Guru

Tempat Wawancara : Alun-Alun Wates

Tanggal Wawancara : 08 September 2016

Waktu Wawancara : 16.00 WIB

EPD : Peneliti (Elvika Putri Dinanti)

T : Informan (Tentrem)

A. Memberi Penerangan pada Masyarakat

1. EPD : Apa saja media-media yang digunakan oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo untuk memberikan informasi dan menjalin komunikasi dengan publiknya?

T : *“Koran, Televisi dan Radio”*

2. EPD : *Media Center* merupakan salah satu media komunikasi publik yang dimiliki Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, bagaimana bapak/ibu melihat kondisinya saat ini pasca pembangunan dan renovasi?

T : *“Kalau untuk bangunannya semakin bagus dan terlihat terawat, semakin terlihat luas dan bersih tapi kalau untuk masalah fasilitas kayaknya sama saja tidak ada perubahan”.*

3. EPD : Apakah sarana dan prasarana yang dimiliki *Media Center* sudah lengkap atau perlu ditingkatkan kembali baik jumlah maupun jenisnya?

T : *“Kayaknya untuk fasilitas sudah bagus, cuma perlu ditingkatkan. Media Center kan harusnya punya tempat press conference dan sini belum ada. Dan seharusnya ada fasilitas yang memudahkan masyarakat dalam mengakses berita”.*

4. EPD :Bagaimana kondisi Sumber Daya Manusia (SDM) pengelola *Media Center* dilihat dari kualitas maupun kuantitasnya?
T :*“Saya tidak tahu jumlahnya berapa, yang jelas untuk kualitas sudah bagus dilihat dari hasil beritanya”*.
5. EPD :Menurut Bapak/Ibu, apakah para pengelola *Media Center* telah mengelola *Media Center* secara profesional?
T :*“Karena bekerja untuk rakyat dan pemerintah, saya kira mau nggak mau harus profesional”*
6. EPD :Bagaimana pengelolaan media komunikasi publik yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo?
T :*“Pemerintah dalam mengelola media komunikasi publik yang dimiliki saya rasa sudah sesuai dengan aturan”*.
7. EPD :Apakah *Media Center* selalu rutin memberikan informasi yang bermanfaat bagi publik?
T :*“Setiap hari ada berita kan, jadi sudah terbukti kalau sudah rutin dalam memberikan informasi”*.
8. EPD :Apakah *Media Center* selalu memberikan pengawasan didalam pelaksanaan komunikasi publik?
T : *“Saya tidak tahu kalau soal itu”*.

B. Melakukan Persuasi untuk Mengubah Sikap dan Perbuatan Masyarakat

1. EPD :Apakah pengelolaan informasi di *Media Center* menurut Bapak/Ibu sudah tepat?
T : *“Sudah”*.
2. EPD :Apakah selama ini *Media Center* dalam memberikan berita/informasi kepada masyarakat selalu mengutamakan bahwa berita/informasi tersebut mampu menyebarkan nilai-nilai yang baik kepada masyarakat?
T :*“Saya kira berita yang diberikan oleh Pemerintah tentunya harus mengutamakan berita itu layak dan patut untuk di publish”*.
3. EPD :Apakah dengan adanya *Media Center* mampu mengurangi aksi

demonstrasi yang sering dilakukan oleh publik?

T : “*Kayaknya berkurang, tapi ya demo masih ada*”.

C. Menciptakan Komunikasi Dua Arah (*Reciprocal Two Ways of Traffic Communication*)

1. EPD : Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang pelaksanaan komunikasi dua arah yang terjadi di *Media Center*?

T : “*Komunikasi antara Pemerintah dengan rakyat saat ini semakin terjalin dengan baik, karena banyak acara dan kegiatan yang dibuat Pemerintah, ini merupakan salah satu keberhasilan dari kerja Bupati saya rasa*”.

2. EPD : Apakah umpan balik didalam komunikasi tersebut berjalan dengan lancar?

T : “*Sudah lumayan baik*”.

3. EPD : Apakah komunikasi yang terjalin antara Pemerintah dengan masyarakat mampu menimbulkan perubahan perilaku dan sikap dari masyarakat?

T : “*Sedikit demi sedikit bisa merubah pola pikir masyarakat ke arah yang lebih baik. Masyarakat semakin paham intinya, karena perubahan perilaku itupun tidak lepas dari peran tokoh masyarakat juga*”.

D. Mengevaluasi Sikap dan Opini Publik

1. EPD : Apakah *Media Center* selalu peka dan tanggap terhadap kepentingan publiknya?

T : “*Gimana ya, kalau soal itu saya tidak tahu. Yang jelas semua keinginan dari masyarakat tentunya tidak bisa semua dipenuhi*”.

2. EPD : Apakah *Media Center* selalu memberikan tanggapan terhadap opini yang masuk dari masyarakat.

T : “*Menanggapi*”.

3. EPD :Apakah opini yang diberikan oleh masyarakat tersebut selalu menjadi bahan evaluasi Pemerintah?

T :*“Saya kira tetap menjadi bahan pertimbangan, karena partisipasi masyarakat tentunya akan mempengaruhi keberhasilan setiap program pemerintah”*.

**KUMPULAN HASIL WAWANCARA, OBSERVASI DAN DOKUMENTASI
PERAN *MEDIA CENTER* HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PUBLIK BAGI
MASYARAKAT DAN PEMERINTAH KABUPATEN KULON PROGO**

NO	HASIL WAWANCARA								
A.	1. Apa saja media-media yang digunakan oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo untuk memberikan informasi dan menjalin komunikasi dengan publiknya?								
	AR	AT	SW	IN	LL	MFW	SO	DIH	T
	<i>“Pemerintah Kulon Progo didalam menjalin komunikasi dengan masyarakat memanfaatkan media-media yang bekerja sama dengan Media Center antara lain Media Cetak (misalnya: Kedaulatan Rakyat, Bernas Jogja, Swara Merdeka, Sindo, Jawa Pos, Radar Jogja, Harian Jogja, Republika, Tribun Jogja, Kompas, dan Tempo), Media Online (misalnya:</i>	<i>“Ada secara langsung dan secara tidak langsung. Secara langsung misalnya:kamisan, safari jumat,bedah rumah setiap hari Minggu, safari taraweh, safari subuh dan penyampaian bantuan secara langsung (misalnya: bantuan untuk pertanian) dan dialog publik. Untuk secara tidak langsung yaitu</i>	<i>“Pemerintah Kulon Progo untuk memberikan informasi kepada publiknya yaitu dengan bekerjasama dengan para wartawan yang berada di Media Center dari berbagai media seperti media cetak, media elektronik dan media online. Tapi, Pemerintah memiliki media sendiri yaitu</i>	<i>“Koran dan Radio”</i>	<i>“Setahu saya koran, radio dan televisi”.</i>	<i>“Koran”</i>	<i>“TVRI dan RRI”.</i>	<i>“Koran, web, media sosial”</i>	<i>“Koran, Televisi dan Radio”</i>

	<p><i>KRjogja.com, sorotkulonprogo.com, antarajogja.com), dan Media Elektronik (RRI, TVRI, MNC TV, Net TV, TV One, Metro TV, Jogja TV, Kresna TV, AD TV dan RBTv). Masyarakat yang ingin menyampaikan aspirasinya secara langsung bisa melalui acara “Bupati Menyapa” di Radio RRI Jogja 91,1 FM (tiap Jum’at jam 07.30 – 08.00 WIB) dan acara “Kamisan” di Rumah Dinas Bupati (tiap hari Kamis 06.30 – selesai). Masyarakat juga bisa menggunakan telp./ fax (0274)773272/ 773208, SMS Center 0811 255 4010, e-mail ke aduan@kulonprogokab.go.id, melalui media online (SEMAR (Sistem</i></p>	<p><i>menggunakan media elektronik dan media cetak, melalui website resmi Pemkab dan website sub domain yang dimiliki Sekda. Bisa juga dari redaksi langsung kami berupa buletin, majalah, leaflet. Bisa juga dengan baliho dan spanduk, untuk wilayah yang bisa dibilang pelosok kami ada siaran keliling jika ada suatu acara yang insidental. Untuk SEMAR itu lebih digunakan untuk pengaduan masyarakat”.</i></p>	<p><i>media social yang dikelola oleh Humas Kulon Progo seperti twitter, facebook dan e-mail. Lalu memiliki SEMAR itu aduan elektronik dan Bupati Kulon Progo selama masa jabatannya itu punya agenda wajib setiap hari Kamis pagi itu masyarakat bisa langsung datang di rumah dinas, tapi karena masa jabatan Bupati sudah habis sepertinya sudah tidak terlaksana lagi”.</i></p>						
--	--	---	---	--	--	--	--	--	--

	<i>Aduan Masyarakat), Facebook dan Twitter) serta masyarakat bisa langsung datang ke kantor Media Center Humas Kulon Progo”.</i>								
HASIL DOKUMENTASI :	Pemerintah Kulon Progo memiliki Buletin “Warta MENOREH’ yang diterbitkan oleh Bagian TI dan Humas Setda Kulon Progo yang diterbitkan setiap satu tahun 2 (dua) kali.								
2. Media Center merupakan salah satu media komunikasi publik yang dimiliki Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, bagaimana bapak/ibu melihat kondisinya saat ini pasca pembangunan dan renovasi?									
	AR	AT	SW	IN	LL	MFW	SO	DIH	T
	<i>“Cukup memadai, bangunan semakin bersih dan rapi sudah pasti namun perlu fasilitas pendukung yang masih kurang”.</i>	<i>“Setelah renovasi tentunya bangunan lebih luas dan temboknya lebih bagus, tapi tidak ada perluasan bangunan”.</i>	<i>“Bagi kami tidak ada pengaruhnya, soalnya memang untuk fasilitas yang disediakan bagi wartawan tidak ada peningkatan malah berkurang, dulu ruangan kami ada AC nya tapi sekarang sudah</i>	<i>“Lebih baik bangunannya, semakin rapi dan selalu bersih yang saya lihat”.</i>	<i>“Menjadi lebih bagus”.</i>	<i>“Bangunannya semakin baik dan bagus”.</i>	<i>“Menjadi lebih rapi dan indah”.</i>	<i>“Lebih nyaman dan visual comfort”.</i>	<i>“Kalau untuk bangunannya semakin bagus dan terlihat terawat, semakin terlihat luas dan bersih tapi kalau</i>

			<i>tidak diberikan. Mungkin, bangunannya saja yang semakin bagus”.</i>						<i>untuk masalah fasilitas kayaknya sama saja tidak ada perubahan”.</i>
	HASIL OBSERVASI:	Kondisi bangunan semakin indah, karena dengan renovasi dapat mengembalikan struktur asli bangunan <i>Media Center</i> yang merupakan cagar budaya yang dilindungi. Lingkungan <i>Media Center</i> sangat bersih karena memiliki <i>Cleaning Service</i> yang selalu mengontrol kebersihan. Terlihat adanya penambahan ruangan yang sebelumnya tidak ada, seperti gazebo yang dimanfaatkan sebagai tempat baca koran dan istirahat serta ada perluasan tempat parkir (sepeda motor dan mobil) untuk pegawai dan pengunjung <i>Media Center</i> .							
3. Apakah sarana dan prasarana yang dimiliki <i>Media Center</i> sudah lengkap atau perlu ditingkatkan kembali baik jumlah maupun jenisnya?									
	AR	AT	SW	IN	LL	MF	SO	DIH	T
	<i>“Sarana komputer dan AC merupakan fasilitas yang masih memerlukan tambahan cukup banyak. Ruang Wartawan/ Press Room bahkan AC belum ada dan komputer untuk fasilitas wartawan masih</i>	<i>“Perlu ditingkatkan lagi, seperti kamera/ alat dokumentasi, komputer untuk editing, kipas serta AC yang sangat kami butuhkan”.</i>	<i>“Kalau untuk fasilitasnya saat ini bisa dibilang cukup, tapi belum lengkap. Masih banyak fasilitas yang harus ditambah dan diperbanyak lagi</i>	<i>“Sarana prasarana kurang lengkap, perlu peningkatan jumlah sarana sehingga dapat menunjang</i>	<i>“Sudah lengkap”</i>	<i>“Belum lengkap, dan perlu untuk penambahan jumlah</i>	<i>“Belum, perlu ada peningkatan”.</i>	<i>“Belum lengkap terutama di bagian press release, fasilitas</i>	<i>“Kayaknya untuk fasilitas sudah bagus, cuma perlu ditingkatkan. Media</i>

	<p><i>kurang banyak. Padahal untuk saat ini jumlah wartawan semakin banyak, namun belum ada perluasan ruangan sehingga sangat diperlukan untuk penambahan ruangan. Selain itu, fasilitas komputer bantuan dari Kemkominfo juga banyak yang sudah rusak, dan harapannya untuk kedepan Press Room bisa dilengkapi dengan sarana pendukungnya yang lebih baik dan lengkap”.</i></p>		<p><i>terutama untuk komputer wartawan, karena komputer bantuan dari Kemkominfo ada yang justru mengalami kerusakan sehingga itu sangat mengganggu terlebih jumlah wartawan saat ini semakin banyak jumlahnya sehingga penggunaan komputer memang perlu ditambah. Lalu jaringan wifi juga terkadang tidak bisa lancar, terutama untuk wartawan dari media TV ketika mengirim video itu pasti membutuhkan waktu yang cukup lama”.</i></p>	<p><i>kualitas pelayanan dan dapat memberikan informasi yang update. Terus sama perluasan bangunan saya kira perlu, karena bangunan Media Center kan kecil jadi kalau bangunan semakin besar lebih ramai pengunjung. Pengunjung banyak yang tertarik datang kesana intinya”.</i></p>		<p><i>maupun jenisnya”.</i></p>	<p><i><u>press conference kayaknya belum ada”.</u></i></p>	<p><i><u>Center kan harusnya punya tempat press conference dan sini belum ada. Dan seharusnya ada fasilitas yang memudahkan masyarakat dalam mengakses berita”.</u></i></p>

	HASIL OBSERVASI:	Komputer yang dimiliki <i>Media Center</i> bantuan dari Kemkominfo sebanyak 7 (tujuh) buah , namun 2 (dua) buah mengalami kerusakan. Jumlah printer sangat terbatas hanya memiliki 2 (dua) buah printer yang digunakan secara bergantian. Jaringan wifi tersedia, untuk kegiatan browsing dan mengirim e-mail lancar, namun untuk pengiriman video kurang lancar/ membutuhkan waktu lama. Fasilitas bagi pengunjung seperti ruang tunggu sempit dan komputer yang disediakan untuk pengunjung hanya 1 (satu). Ruang wartawan tidak memiliki pendingin ruangan/ AC namun tersedia 3 (tiga) buah kipas angin yang cukup mendinginkan ruangan, ruangan wartawan juga memerlukan penambahan karena diwaktu-waktu tertentu wartawan terpaksa harus mengerjakan <i>deadline</i> laporan di luar ruangan seperti gazebo.							
	4. Bagaimana kondisi Sumber Daya Manusia (SDM) pengelola <i>Media Center</i> dilihat dari kualitas maupun kuantitasnya?								
	AR	AT	SW	IN	LL	MFW	SO	DIH	T
	“SDM pengelola <i>Media Center</i> yang jelas kami masih kekurangan namun kami berusaha untuk memaksimalkan SDM yang ada”.	“Dari segi kualitas, dari tingkat pendidikan semua pegawai sudah sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan namun untuk segi kuantitas masih sangat terbatas jumlahnya”.	“Dari segi kualitas dan kuantitasnya masih kurang saya lihat, sehingga untuk penyajian data mengalami keterbatasan. Keterbatasan dari jumlah SDM juga mempengaruhi berita yang disajikan setiap harinya, sehingga kami para wartawan harus yang selalu datang	“Dari segi kualitas baik, namun perlu ditingkatkan jumlahnya saya rasa”.	“Cukup baik”.	“Cukup baik dan perlu ditambah jumlahnya”.	“Cukup baik dan ramah”.	“Sedikit dan untuk kualitas cukup baik”.	“Saya tidak tahu jumlahnya berapa, yang jelas untuk kualitas sudah bagus dilihat dari hasil beritanya”.

			<p><i>langsung ke dinas-dinas atau instansi yang bersangkutan terkait dengan permasalahan yang diangkat. Sementara dari humas karena keterbatasan personil itulah sehingga humas melakukan koordinasi dengan humas dinas-dinas yang terkait untuk mengupdate setiap hari terkait berita atau informasi melalui situs-situs yang dimiliki humas”.</i></p>						
	HASIL OBSERVASI:	<p>Jumlah pegawai terbatas, sehingga sangat sulit menemui pegawai <i>Media Center</i> di kantor, karena seringkali melakukan pekerjaan di luar kantor (misalnya: liputan, kunjungan, rapat, pertemuan dengan investor). Pegawai banyak mengerjakan pekerjaan yang sebenarnya bukan tugasnya, hal itu untuk mensiasati agar semua pekerjaan cepat selesai tepat waktu (misalnya: bagian pengumpulan informasi membantu tugas bagian pengolahan informasi).</p>							

HASIL DOKUMENTASI:	Semua pegawai <i>Media Center</i> Humas merupakan PNS yang tingkat pendidikan semua pegawai adalah sarjana.								
5. Menurut Bapak/Ibu, apakah para pengelola Media Center telah mengelola Media Center secara profesional?									
	AR	AT	SW	IN	LL	MFW	SO	DIH	T
	<p><i>“Profesionalisme memang selalu menjadi tuntutan kami dalam bekerja, terutama untuk para PNS. Namun, kalau dilihat dari jumlah kami yang masih kurang kadang sulit untuk melakukan pekerjaan secara profesional, namun kami selalu berusaha untuk memberikan yang terbaik, baik untuk pemerintah dan masyarakat”.</i></p>	<p><i>“Kita dituntut untuk selalu bekerja secara profesional, namun karena jumlah kita terbatas sehingga pekerjaan yang kita tangani tidak sesuai dengan spesifik pekerjaan kami”.</i></p>	<p><i>“Walaupun memiliki keterbatasan personil, tapi humas saya lihat berusaha untuk bekerja secara profesional”.</i></p>	<p><i>“Cukup profesional tapi dibagian pelayanan informasi saya kira masih kurang, karena mungkin kurangnya SDM tadi”.</i></p>	<p><i>“Sudah menurut saya”.</i></p>	<p><i>“Sudah profesional, tapi kayaknya harus ditambah lagi jumlahnya”.</i></p>	<p><i>“<u>Sudah profesional</u>”</i></p>	<p><i>“<u>Cukup profesional</u>”</i></p>	<p><i>“<u>Karena bekerja untuk rakyat dan pemerintah, saya kira mau nggak mau harus profesional</u>”</i></p>
HASIL OBSERVASI:	Pegawai melayani masyarakat dan tamu dengan sopan dan ramah, sehingga merasa nyaman ketika berada di Media Center. Selain itu, kegiatan di Media Center berjalan dengan lancar karena semua pegawai selalu sibuk bekerja, terlihat tidak ada								

		yang menganggur.							
6. Bagaimana pengelolaan media komunikasi publik yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo?									
	AR	AT	SW	IN	LL	MFW	SO	DIH	T
	<p>“Pengelolaan media-media komunikasi publik yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo sudah dilakukan sesuai dengan Instruksi Presiden RI nomor 9 tahun 2015 tentang pengelolaan komunikasi publik, diantaranya: menyampaikan data dan informasi kepada Kemkominfo secara berkala, menyebarluaskan kepada publik terkait kebijakan dan program Pemerintah secara cepat dan tepat menggunakan berbagai</p>	<p>“Dalam pengelolaan media komunikasi publik, kami mengikuti amanat dari Instruksi Presiden. Kami harus memberikan berita atau informasi kepada masyarakat secara rutin dan objektif melalui berbagai media yang dibangun oleh Pemerintah. Karena saya dipercaya sebagai pengelola disini, tentunya didalam menjalankan media komunikasi publik kami harus</p>	<p>“Pengelolaannya saya lihat sudah bagus, para SDM yang bekerja sudah mampu mengelola sesuai dengan prosedur, mulai dari menghimpun, mengolah, mempublikasi dan mengevaluasi. Tinggal didalam memanfaatkan media komunikasi publik yang saya lihat belum maksimal, karena Pemerintah punya banyak sekali media untuk publik, namun</p>	<p>“Saya rasa pengelolaannya bagus, karena berita yang diberikan sesuai dengan apa yang saya inginkan. Intinya berita yang diberikan berkualitas”.</p>	<p>“Pengelolaannya sudah lebih baik menurut saya, semakin banyak media yang dimiliki Pemerintah untuk menyampaikan informasi.”</p>	<p>“Saya rasa Pemerintah Kulon Progo adalah bekerja keras di dalam memberikan berita dan informasi kepada masyarakat, namun</p>	<p>“Saya kira sudah sesuai SOP dari mencari, mengolah dan menyampaikannya”.</p>	<p>“Pengelolaannya saat ini sudah baik, soalnya berita yang sering saya baca itu sudah memberikan informasi yang kebanyakan sangat bermanf</p>	<p>“Pemerintah dalam mengelola media komunikasi publik yang dimiliki saya rasa sudah sesuai dengan aturan”.</p>

	<p>saluran media yang dimiliki, dalam hal menyampaikan berita atau informasi tersebut kami harus menyampaikan kepada masyarakat secara obyektif, berkualitas dan yang terpenting mudah dimengerti oleh masyarakat itu sendiri. Kemudian, untuk iklan layanan masyarakat harus menimbulkan respon positif dari masyarakat dan tidak boleh iklan layanan masyarakat tersebut memihak kepada kepentingan pribadi atau golongan.”</p>	<p>melakukan monitoring dan menganalisis konten media yang memang harus mampu mengedukasi, kemudian melakukan evaluasi terkait pelaksanaan komunikasi publik”.</p>	<p>tidak semua terupdate dengan baik”.</p>			<p>dibeber apa media masih belum update.”</p>		<p>aat untuk saya”.</p>	

7. Apakah <i>Media Center</i> selalu rutin memberikan informasi yang bermanfaat bagi publik?									
AR	AT	SW	IN	LL	MFW	SO	DIH	T	
<p>“Rutin, karena kami dalam bekerja juga dibantu oleh para wartawan tentunya setiap hari pasti ada informasi yang bisa diiberikan kepada masyarakat”.</p>	<p>“Rutin, meskipun perlu untuk ditingkatkan lagi. <i>Media Center</i> kan juga menangani tentang PPID, jadi di PPID itu ada informasi yang sifatnya wajib dan berkala paling tidak melalui website sudah seupdate mungkin kami memberikan informasi. Namun, kendala yang dihadapi untuk masyarakat pedalaman yang kesusahan untuk mengakses internet”.</p>	<p>“Humas setiap ada program kegiatan mereka selalu menyiapkan dengan matang rancangan kegiatan dengan wartawan juga sehingga informasi yang diberikan harus memiliki manfaat untuk publiknya”</p>	<p>“Sudah cukup rutin, update dalam memberikan informasi, namun untuk update di Sosial Media kurang ya terutama Facebook”.</p>	<p>“Sudah update, tapi di media sosial masih jarang padahal kan masyarakat banyak yang menggunakan media sosial”.</p>	<p>“Sudah rutin terutama di web Pemkab”</p>	<p>“Menurut saya selalu rutin”.</p>	<p>“Sudah rutin, tapi untuk media sosial lebih di perhatikan lagi karena kan seusia saya mungkin lebih update lewat medsos”</p>	<p>“Setiap hari ada berita kan, jadi sudah terbukti kalau sudah rutin dalam memberikan informasi”.</p>	
HASIL DOKUMENTASI:		<p>Informasi yang sifatnya berkala dan tersedia setiap saat dapat diakses melalui web resmi Pemerintah Kabupaten dengan mudah. Berita/ informasi terakhir yang diupdate melalui media sosial twitter (@pemkab_kp) terakhir tanggal 09 September 2016 tentang Presiden RI bantu satu ekor sapi untuk Kulon Progo. Sedangkan, melalui media sosial Facebook (Mediacenter</p>							

Kulon Progo) terakhir *update* tanggal 23 November 2015 tentang PPID Kulon Progo raih peringkat 3 dalam INGPRAS (Peneliti mengakses kedua media sosial tersebut pada tanggal 11 September 2016).

8. Apakah *Media Center* selalu memberikan pengawasan didalam pelaksanaan komunikasi publik?

AR	AT	SW	IN	LL	MFW	SO	DIH	T
<p>“Lebih tepatnya pemantauan, iya kami melakukannya namun kami tidak memiliki bagian/departemen khusus yang menangani hal tersebut. Kami melakukan pemantauan secara bersama-sama, kembali ke persoalan kami yang masih kekurangan SDM tersebut”.</p>	<p>“Kami dibantu PPID untuk memonitoring setiap aduan dari warga. Tapi kalau dari humas, sebisa mungkin semua harus terlibat di dalam pengawasan komunikasi publik agar tidak terjadi kesalahan yang tidak diinginkan dan dapat menguntungkan semua pihak”.</p>	<p>“Tidak ada badan khusus untuk pengawasan, semuanya terlibat didalam pengawasan dan saling bekerjasama baik antara humas dan wartawan”.</p>	<p>“Saya masih menjumpai berita yang seharusnya perlu penyuntingan lagi dalam kalimatnya agar lebih enak dibaca”.</p>	<p>“Menurut saya, pasti Media Center selalu memberikan pengawasan”.</p>	<p>“Kayaknya ada”.</p>	<p>“Iya, karena berita yang disajikan harus baik jadi perlu ada pengawasan”.</p>	<p>“Kalau untuk pengawasan kayaknya harus semua aktif, Cuma kalau Media Center saya tidak tahu apakah punya badan khusus apa</p>	<p>“Saya tidak tahu kalau soal itu”.</p>

								<i>tidak</i> ".	
B.	1. Apakah pengelolaan informasi di <i>Media Center</i> menurut Bapak/Ibu sudah tepat?								
	AR	AT	SW	IN	LL	MFW	SO	DIH	T
	<i>"Dalam pengelolaan informasi di <i>Media Center</i> ini kami sudah sesuai dengan SOP, dimulai dari adanya berita kemudian kami membuat press release dan terakhir menginformasikan kepada <i>Media</i> dan masyarakat/publik"</i> .	<i>"Kami dalam bekerja sudah sesuai dengan SOP, namun masih banyak usaha peningkatan yang harus kami lakukan seperti, karena kami kekurangan SDM seharusnya kami mengangkat tenaga harian lepas namun untuk saat ini baru diusulkan"</i> .	<i>"Saya kira sudah sesuai dengan SOP"</i>	<i>"Lumayan tepat, karena berita yang disajikan bervariasi"</i> .	<i>"Sudah tepat, karena saya pernah baca di artikel kalau <i>Media Center Kulon Progo</i> termasuk pengelolaannya bagus"</i> .	<i>"Sudah tepat"</i> .	<i>"Iya, sudah tepat"</i> .	<i>"Sudah tepat"</i> .	<i>"Sudah"</i> .
	HASIL DOKUMENTASI:	Standar Operasional Prosedur (SOP) yang harus dilakukan oleh <i>Media Center</i> dalam mekanisme kerja yaitu mulai dari Perencanaan, Pelaksanaan, Koordinasi dan Monitoring. Semua mekanisme kerja telah dilakukan oleh <i>Media Center</i> Humas Kulon Progo.							

	2. Apakah selama ini <i>Media Center</i> dalam memberikan berita/ informasi kepada masyarakat selalu mengutamakan bahwa berita/informasi tersebut mampu menyebarkan nilai-nilai yang baik kepada masyarakat?								
	AR	AT	SW	IN	LL	MFW	SO	DIH	T
	<p><i>“Iya, setidaknya mengarah ke menjaga dan meningkatkan kepercayaan publik”.</i></p>	<p><i>“Iya, apapun kejadian yang kami liput kami harus tetap memberikan berita dari sisi positif”.</i></p>	<p><i>“Iya, sudah pasti itu. Sampai saat ini belum pernah kami memberikan informasi yang menyebarkan nilai-nilai yang negatif karena setiap informasi yang diberikan selalu dipertanggung jawabkan. Wartawan selalu bekerja memburu berita di lapangan, setiap ada narasumber kami selalu mencatat identitasnya dan nomer teleponnya. Karena kita terjun ke</i></p>	<p><i>“Berita pasti disajikan untuk memberikan dampak positif, berita negatifpun pasti ada sisi positifnya yaitu misal ada imbauan kepada masyarakat untuk tidak melakukan hal tersebut, dan untuk berita positif pasti sifatnya persuasif agar masyarakat mencontoh apa</i></p>	<p><i>“Pasti”.</i></p>	<p><i>“Saya kira begitu, untuk meningkatkan kepercayaan dari masyarakat”.</i></p>	<p><i>“Seharusnya iya, tapi kadang ada juga berita yang tidak enak dibaca”.</i></p>	<p><i>“Iya, karena Media Center milik Pemerintah pasti akan selalu memberikan berita-berita positif bagi masyarakat”.</i></p>	<p><i>“Saya kira berita yang diberikan oleh Pemerintah tentunya harus mengutamakan berita itu layak dan patut untuk di publish”.</i></p>

			lapangan, maka kita harus membangun narasumber di lingkungan masyarakat. Nah, sehingga misal ada berita yang kurang baik, bisa langsung ketahuan narasumbernya siapa dan dapat dikonfirmasi lagi”.	yang diberikan dalam berita tersebut”.					
3. Apakah dengan adanya Media Center mampu mengurangi aksi demonstrasi yang sering dilakukan oleh publik?									
	AR	AT	SW	IN	LL	MFW	SO	DIH	T
	“Kalau untuk itu relatif, tergantung berat tidaknya permasalahan itu. Namun, aksi demo dari warga terutama untuk saat ini kan masih panas-panasnya kasus tanah bandara itu masih sering ada aksi demo	“Tidak bisa mengukur, yang jelas aksi demo masih terjadi”.	“Mengurangi, tapi juga masih ada aksi demo, seperti kemarin contohnya aksi demo pembebasan lahan untuk bandara. Intinya tergantung berat tidaknya kasus,	“Tidak, karena yang saya lihat masyarakat lebih puas untuk menyampaikan dengan aksi demonstrasi didepan	“Saya kira masih sering terjadi aksi demo”.	“Tidak, masih ada demo”.	“Kayakn ya tergantung permasalahannya berat atau tidak,	“Aksi demo jarang terjadi, ya mungkin kalau permasalahan	“Kayaknya berkurang, tapi ya demo masih ada”.

	<i>didepan sini”.</i>		<i>kalau masih bisa diselesaikan disini ya masyarakat tidak akan demo”.</i>	<i>umum”.</i>			<i>namun aksi demo masih terjadi”.</i>	<i>berat baru ada aksi demo”.</i>	
	HASIL OBSERVASI:	Pada tanggal 01 September 2016 terjadi aksi demo didepan gedung Pemerintah Kabupaten Kulon Progo tepatnya di jalan Perwakilan No. 1, terkait dengan kasus pembebasan lahan warga untuk pembangunan bandara.							
C.	1. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang pelaksanaan komunikasi dua arah yang terjadi di <i>Media Center</i>?								
	AR	AT	SW	IN	LL	MFW	SO	DIH	T
	<i>“Pelaksanaan komunikasi dua arah dapat berjalan dengan lancar, terutama untuk komunikasi secara langsung melalui kegiatan “Bupati Menyapa” dan “Kamis” itu selalu banyak masyarakat yang memanfaatkan kegiatan tersebut sehingga banyak aspirasi yang kami</i>	<i>“Lumayan sudah berjalan dengan lancar dan bagus. Karena ada acara yang masyarakat langsung bisa menyampaikan pendapatnya seperti Kamis sehingga komunikasi dua arah dapat berjalan dengan lancar. Kalau hanya pakai media kan</i>	<i>“Pelaksanaan komunikasi dua arah cukup baik, karena kinerja humas tidak hanya menjawab pertanyaan dari masyarakat saja tetapi juga mengarahkan solusi yang terbaik bagi masyarakat dan langsung mengarahkan ke</i>	<i>“Sudah bagus dan berjalan lancar, karena Bupati kan dekat dengan rakyat dan sering membuat acara bersama dengan rakyat”.</i>	<i>“Terjalin cukup bagus”.</i>	<i>“Sangat bagus”.</i>	<i>“Sudah baik”.</i>	<i>“Sudah bagus, karena banyak program yang dibuat Pemerintah agar masyarakat bisa komunikasi</i>	<i>“Komunikasi antara Pemerintah dengan rakyat saat ini semakin terjalin dengan baik, karena banyak acara dan kegiatan yang dibuat</i>

	<i>terima. Hal itu juga karena keseriusan dari Bupati sendiri yang memang sangat respect dengan aspirasi masyarakat Kulon Progo terutama”.</i>	<i>masih sering terjadi miss communication, tapi kalau dengan forum forum resmi semua mudah untuk mendapat pemahaman”.</i>	<i>dinas-dinas yang bersangkutan”.</i>					<i>langsung”.</i>	<i>Pemerintah, ini merupakan salah satu keberhasilan dari kerja Bupati saya rasa”.</i>
	HASIL OBSERVASI:	Pada tanggal 08 September 2016, ada masyarakat yang meminta peta tentang lokasi wisata di Kulon Progo di <i>Media Center</i> . Kemudian, pihak <i>Media Center</i> karena tidak memiliki peta tersebut mengarahkan ke bagian Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kulon Progo atau mengakses melalui web resmi milik Pemerintah Kabupaten Kulon Progo.							
2. Apakah umpan balik didalam komunikasi tersebut berjalan dengan lancar?									
	AR	AT	SW	IN	LL	MFW	SO	DIH	T
	<i>“Kalau untuk komunikasi antara masyarakat dengan pemerintah secara langsung bisa langsung ditanggapi, terlebih jika ada pejabat yang berkepentingan dengan hal tersebut hadir. Namun, jika ada</i>	<i>“Iya, karena secara langsung dapat terjawab. Namun, kalau secara teknis pasti harus kami konfirmasi dulu kepada pihak-pihak yang terkait”.</i>	<i>“Cukup berjalan lancar, baik menggunakan media langsung maupun media tidak langsung”.</i>	<i>“Iya, yang saya amati di web bagian aduan masyarakat itu selalu cepat ditanggapi itu kan juga bagian dari</i>	<i>“Berjalan dengan lumayan lancar”.</i>	<i>“Cukup baik”.</i>	<i>“Saya belum tahu itu”.</i>	<i>“Feedback sudah terjadi”.</i>	<i>“Sudah lumayan baik”.</i>

	<p><i>suatu hal yang memang membutuhkan tindak lanjut tentunya harus menunggu tidak bisa langsung ditanggapi. Karena kami berusaha ketika memberikan jawaban kepada masyarakat/publik merupakan jawaban yang bisa dipertanggung jawabkan”.</i></p>			<p><i>umpan balik dalam berkomunikasi”.</i></p>					
	<p>HASIL DOKUMENTASI:</p>	<p>Melalui aduan masyarakat di web resmi Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, apapun pertanyaan dan aduan yang diberikan oleh masyarakat ditanggapi dengan menggunakan kalimat yang mudah dipahami dan diterima masyarakat.</p>							
	<p>3. Apakah komunikasi yang terjalin antara Pemerintah dengan masyarakat mampu menimbulkan perubahan perilaku dan sikap dari masyarakat?</p>								
	AR	AT	SW	IN	LL	MFW	SO	DIH	T
	<p><i>“Iya, kami berusaha untuk masyarakat itu muncul sikap mencintai</i></p>	<p><i>“Iya, melalui forum-forum resmi seperti Kamisan biasanya</i></p>	<p><i>“Iya, tapi informasi yang diberikan sifatnya rutin,</i></p>	<p><i>“Belum, karena masih sering terjadi</i></p>	<p><i>“Saya kira sudah”.</i></p>	<p><i>“Belum semuanya tapi</i></p>	<p><i>“Iya, saya rasakan</i></p>	<p><i>“Relatif, tergantung</i></p>	<p><i>“Sedikit demi sedikit bisa</i></p>

	<p><i>produk lokal, misalnya program “BelaBeli Kulon Progo” dan juga kami berusaha untuk menumbuhkan sikap masyarakat itu mau berpartisipasi dalam program pemerintah”.</i></p>	<p><i>efektif. Ada program pembangunan misalnya, dapat disampaikan didalam forum tersebut sehingga masyarakat jadi tahu. Lalu komunitas masyarakat dapat memperjelas dengan apa yang sedang diperjuangkan, dan Pemerintah bisa mencarikan solusi/ pihak yang terkait. Kalau misal masyarakat menyampaikan keinginannya melalui forum-forum tersebut, Pemerintah jadi tahu apa yang menjadi keinginan warga”.</i></p>	<p><i>masyarakat kalau diberikan berita baru harus berulang-ulang tidak boleh hanya sekali terutama tentang kebijakan baru yang dibuat Pemerintah. Misalnya saja kemarin itu ada program Kawasan Tanpa Rokok (KTR), itu banyak sekali aksi protes dan pertanyaan dari masyarakat tapi karena pemberitaan yang terus menerus dan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari masyarakat maka masyarakat bisa memahami terkait kebijakan tersebut”.</i></p>	<p><i>kesalahpahaman. Seperti masalah tanah bandara itu kan juga sampai sekarang belum jelas”.</i></p>		<p><i>sudah sebagian besar, karena perilaku setiap orang kan berbeda-beda jadi susah untuk merubah sikap”.</i></p>	<p><i>ada”.</i></p>	<p><i>bagaimana setiap orang menyikapinya karena setiap orang pasti punya pendapatnya masing-masing”.</i></p>	<p><i>merubah pola pikir masyarakat ke arah yang lebih baik. Masyarakat semakin paham intinya, karena perubahan perilaku itupun tidak lepas dari peran tokoh masyarakat juga”.</i></p>

D.	1. Apakah <i>Media Center</i> selalu peka dan tanggap terhadap kepentingan publiknya?								
	AR	AT	SW	IN	LL	MFW	SO	DIH	T
	<p>“Semaksimal mungkin kami dekat dengan masyarakat dan pers, karena dengan teman-teman wartawan mereka selalu lebih peka dan tanggap dengan kepentingan masyarakat karena mereka lebih mudah untuk dekat dengan tokoh masyarakat dan mereka selalu menyampaikan kepada kami”.</p>	<p>“Insyallah selalu responsif, apa yang disampaikan warga kami selalu menampungnya dan berusaha kami bantu jalan keluarnya”.</p>	<p>“Iya dan belum. Iyanya untuk membahas mengenai masalah publik itu bisa langsung ke dinas-dinas yang bersangkutan atau di dalam forum-forum yang dibuat humas setiap dinas. Belumnya, karena masyarakat itu kan keinginannya banyak sekali sehingga humas tentunya tidak bisa menangani itu semua”.</p>	<p>“Kurang tanggap, karena masih banyak persoalan-persoalan yang sifatnya masih belum jelas, sedangkan masyarakat menuntut suatu kejelasan contohnya tentang persoalan tanah bandara”.</p>	<p>“Cukup peka”.</p>	<p>“Sudah”</p>	<p>“Menurut saya iya, karena mereka kayak jembatan nya kita untuk menyampaikan pendapat”.</p>	<p>“Sudah, tapi belum intensif pendekatan kepada masyarakat”.</p>	<p>“Gimana ya, kalau soal itu saya tidak tahu. Yang jelas semua keinginan dari masyarakat tentunya tidak bisa semua dipenuhi”.</p>
	<p>HASIL DOKUMENTASI: <i>Press tour</i> lokal di sentra industri tahu di Sentolo dilaksanakan pada tanggal 05 September 2016, humas melakukan kunjungan dan diskusi kepada para pemilik usaha. Persoalan yang dihadapi adalah tentang harga kebutuhan pokok untuk pembuatan tahu yaitu kedelai, antara kedelai lokal dan kedelai impor. Dari hasil <i>press tour</i> lokal ini, humas dapat memberikan masukan kepada Pemerintah terkait kebijakan harga untuk bahan tersebut.</p>								

2. Apakah <i>Media Center</i> selalu memberikan tanggapan terhadap opini yang masuk dari masyarakat?								
AR	AT	SW	IN	LL	MFW	SO	DIH	T
<p>“Kami berusaha untuk memberikan setiap tanggapan yang masuk dari masyarakat melalui berbagai media mereka menyampaikannya. Untuk aduan dari masyarakat ada SOP nya dan ada alur prosedurnya nanti bisa dilihat sendiri”.</p>	<p>“Berbeda-beda tergantung konten dan kewenangannya. Bisa langsung ditanggapi kalau misal itu bisa langsung kami jawab, namun kalau masalah teknis pihak SKPD terkait yang memberikan jawaban dan kalau memang perlu harus dikoordinasikan terlebih dahulu kepada pihak-pihak yang terkait”.</p>	<p>“Kalau itu saya tidak tahu, yang jelas kalau melalui SEMAR itu pasti ada tanggapannya”.</p>	<p>“Ditanggapi, tapi kadang bisa langsung ditanggapi dan kadang kita harus menunggu”.</p>	<p>“Tergantung opininya, kalau bisa langsung ditanggapi ya langsung ditanggapi kalau tidak pasti ada prosesnya”.</p>	<p>“Di aduan masyarakat di web pemkab selalu ada tanggapan”.</p>	<p>“Tanggap dan cepat bergerak”.</p>	<p>“Tanggap, tapi tergantung permasalahan”.</p>	<p>“Menanggapi”.</p>
<p>HASIL DOKUMENTASI:</p>		<p>Prosedur aduan masyarakat dan permintaan informasi ada langkah-langkah yang harus ditempuh masyarakat. Semua membutuhkan aturan dan prosedur, hal ini untuk menghindari penyalahgunaan informasi. Aduan dari masyarakat bisa ditolak jika tidak sesuai dengan persyaratan.</p>						

3. Apakah opini yang diberikan oleh masyarakat tersebut selalu menjadi bahan evaluasi Pemerintah?									
AR	AT	SW	IN	LL	MFW	SO	DIH	T	
<p>“Pasti untuk dipertimbangkan, apapun opini dari masyarakat tersebut karena masyarakat memiliki hak untuk menyampaikan pendapatnya”.</p>	<p>“Salah satu bahan evaluasi, karena opini termasuk masukan dari rakyat yang memang rakyat harus terlibat didalam pemerintahan. Namun, kalau untuk realisasi tergantung opini yang diberikan, karena semua opini yang masuk dari masyarakat selalu kami kaji dengan matang tingkat permasalahannya”.</p>	<p>“Saya kira menjadi bahan pertimbangan, karena Pemerintah Daerah bersama Bupati memiliki program selama lima tahun yang telah dilaksanakan yaitu “Kamisan”, disana ada banyak pejabat dari berbagai dinas yang siap mendengar dan menjawab pertanyaan dari masyarakat yang hadir”.</p>	<p>“Iya, karena feedback dari masyarakat harus menjadi bahan evaluasi penyelenggaraan pemerintahan, tapi tindak lanjut kadang masih belum saya rasakan”.</p>	<p>“Harusnya menjadi bahan evaluasi, tapi terkadang keinginan dari masyarakat tidak semua di realisasikan tergantung seperti apa opininya”.</p>	<p>“Seharusnya iya”.</p>	<p>“Menurut saya, kan tujuan Media Center untuk menampung pendapat masyarakat”.</p>	<p>“Pasti menjadi bahan pertimbangan Pemerintah, karena ini di negara demokrasi jadi masyarakat ikut pula dalam kegiatan Pemerintahan”.</p>	<p>“Saya kira tetap menjadi bahan pertimbangan, karena partisipasi masyarakat tentunya akan mempengaruhi keberhasilan setiap program pemerintah”.</p>	

LAMPIRAN 3

**STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR (SOP) ADUAN,
FORMULIR PERMOHONAN INFORMASI PUBLIK,
BUKU REGISTRASI PERMOHONAN INFORMASI PUBLIK,
PEMBERITAHUAN TERTULIS,
PENOLAKAN PERMOHONAN INFORMASI,
PERNYATAAN KEBERATAN ATAS PERMOHONAN
INFORMASI,
BUKU REGISTRASI KEBERATAN**

FORMULIR PERMOHONAN INFORMASI PUBLIK

**FORMAT FORMULIR PERMOHONAN INFORMASI PUBLIK
(RANGKAP DUA)**

**PPID PEMERINTAH KABUPATEN KULONPROGO
Jl.Tamtama No 3 Wates, e-mail ppid@kulonprogokab.go.id**

FORMULIR PERMOHONAN INFORMASI

No. Pendaftaran (diisi petugas)*:

Nama :
 Alamat :
 Nomor Telepon/Email :
 Rincian Informasi yang dibutuhkan (tambahkan kertas bila perlu) :
 Tujuan Peggunaann Informasi (tambahkan kertas bila perlu) :

Cara Memperoleh Informasi ** :

- 1. Melihat/Membaca/Mendengar/Mencatat
- 2. Mendapatkan Salinan Informasi (hardcopy/softcopy)***

Cara Mendapatkan Salinan Informasi** :

- 1. Mengambil langsung
- 2. Kurir
- 3. Pos
- 4. e-mail
- 5. Faksimili

(tempat) (tanggal) (bulan) (tahun)*****
 Pemohon Informasi

Mengetahui,
 Petugas Pelayanan Informasi
 (Penerima permohonan)

(.....)
 Nama dan tanda tangan

(.....)
 Nama dan tanda tangan

Keterangan:

- * Diisi oleh petugas berdasarkan nomor registrasi permohonan Informasi Publik
- ** Pilih salah satu dengan memberi tanda (√)
- *** Coret yang tidak perlu

Hak-Hak Pemohon Informasi

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik

I. Pemohon Informasi berhak untuk meminta seluruh informasi yang berada di Badan Publik

kecuali (a) informasi yang apabila dibuka dan diberikan kepada pemohon informasi dapat: Menghambat proses penegakan hukum; Mengganggu kepentingan perlindungan hak atas kekayaan intelektual dan perlindungan dari persaingan usaha tidak sehat; Membahayakan pertahanan dan keamanan Negara; Mengungkap kekayaan alam Indonesia; Merugikan ketahanan ekonomi nasional; Merugikan kepentingan hubungan luar negeri; Mengungkap isi akta otentik yang bersifat pribadi dan kemauan terakhir ataupun wasiat seseorang; Mengungkap rahasia pribadi; Memorandum atau surat-surat antar Badan Publik atau intra Badan Publik yang menurut sifatnya dirahasiakan kecuali atas putusan Komisi Informasi atau Pengadilan; Informasi yang tidak boleh diungkapkan berdasarkan Undang-undang. (b) Badan Publik juga dapat tidak memberikan informasi yang belum dikuasai atau didokumentasikan.

II. Pemohon Informasi berhak mendapatkan **pemberitahuan tertulis** tentang diterima atau tidaknya permohonan informasi dalam jangka waktu **10 (sepuluh) hari kerja** sejak diterimanya permohonan informasi oleh Badan Publik. Badan Publik dapat memperpanjang waktu untuk memberi jawaban tertulis **1 x 7 hari kerja**, dalam hal: informasi yang diminta belum dikuasai/didokumentasikan/ belum dapat diputuskan apakah informasi yang diminta termasuk informasi yang dikecualikan atau tidak.

III. Apabila **Pemohon Informasi tidak puas dengan keputusan Badan Publik (misal: menolak permintaan Anda atau memberikan hanya sebagian yang diminta)**, maka pemohon informasi dapat mengajukan **keberatan** kepada **atasan PPID** dalam jangka waktu **30 (tiga puluh) hari kerja** sejak permohonan informasi ditolak/ditemukannya alasan keberatan lainnya. Atasan PPID wajib memberikan tanggapan tertulis atas keberatan yang diajukan Pemohon Informasi selambat-lambatnya **30 (tiga puluh) hari kerja** sejak diterima/dicatatnya pengajuan keberatan dalam register keberatan. VI. Apabila Pemohon Informasi tidak puas dengan keputusan Atasan PPID, maka pemohon informasi dapat mengajukan **keberatan** kepada **Komisi Informasi** dalam jangka waktu **14 (empat belas) hari kerja** sejak diterimanya keputusan atasan PPID oleh Pemohon Informasi Publik.

B. BUKU REGISTRASI PERMOHONAN INFORMASI PUBLIK**BUKU REGISTRASI PERMOHONAN INFORMASI PUBLIK**

No	Tgl	Nama	Alamat	Telp	Status Informasi		Format informasi yg dikuasai		Jenis Permohonan		Keputusan	Alasan Penolakan	Hari/Tgl		Biaya dan Cara Pembayaran		
					Di bawah penguasaan	Belum didokumen tasikan	Softcopy	Hardcopy	Mengetahui/ melihat	Meminta salinan			Pemberitahuan Tertulis	Pemberian Informasi	Biaya	Cara	
																	Ya

KETERANGAN :

- Nomor** : diisi tentang nomor pendaftaran permohonan Informasi Publik
Tanggal : diisi tentang tanggal permohonan diterima
Nama : diisi tentang nama pemohon
Alamat : diisi tentang alamat lengkap dan jelas Pemohon Informasi untuk memudahkan pengiriman informasi publik yang diminta
Nomor Kontak : diisi tentang nomor kontak (nomor telepon/faksimili/telepon seluler/email Pemohon Informasi Publik
Pekerjaan : diisi tentang pekerjaan Pemohon Informasi Publik
Informasi Yang Diminta : diisi tentang detail informasi yang diminta
Tujuan Penggunaan Informasi : diisi tentang tujuan/alasan permohonan dan penggunaan informasi
Status Informasi : diisi dengan memberikan tanda (√). Bila tidak di bawah penguasaan, tuliskan Badan Publik lain yang menguasai bila diketahui, sesuai dengan isian di formulir pemberitahuan tertulis
Bentuk Informasi Yang Dikuasai : diisi dengan memberikan tanda (√).
Jenis Permohonan : diisi dengan memberikan tanda (√).
Keputusan : diisi sesuai dengan isi keputusan dalam pemberitahuan tertulis
Alasan Penolakan : diisi tentang alasan penolakan oleh atasan PPID
Hari dan Tanggal : Diisi tentang :
a. Hari dan tanggal penyampaian pemberitahuan tertulis sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik dan Peraturan ini. Waktu pemberitahuan tertulis juga menandakan waktu penolakan informasi apabila permohonan ditolak. Dengan kata lain, dalam hal permohonan informasi publik ditolak, maka pemberitahuan tertulis ini sama dengan penolakan.
b. Hari dan tanggal pemberian informasi kepada Pemohon Informasi Publik
Biaya & Cara Pembayaran : diisi tentang biaya yang dilakukan

PPID KABUPATEN KULONPROGO

PEMBERITAHUAN TERTULIS

Berdasarkan permohonan informasi pada tanggal.....bulan.....tahun.....
dengan nomor pendaftaran*.....

Kami sampaikan kepada Saudara/i

Nama :
Alamat :

Nomor Telepon/ email :
Pekerjaan :

Pemberitahuan sebagai berikut

A. Informasi dapat diberikan

No	Hal-hal terkait informasi publik	Keterangan
1.	Penguasaan Informasi Publik**	Kami Badan Publik lain yaitu.....
2.	Bentuk Fisik yang Tersedia***	Softcopy (termasuk rekaman) Hardcopy (salinan tertulis)
3.	Beaya yang dibutuhkan	Penyalinan Rp.....x (jumlah lembar)= Rp..... o Pengiriman Rp..... o Lain-lain Rp..... Jumlah Rp.....
4.	Waktu Penyediaanhari
5.	Penjelasan penghitaman/pengaburan informasi yang dimohon **** (tambahkan kertas bila perlu)	

B. Informasi tidak dapat diberikan karena

- o Informasi yang diminta belum dikuasai
- o Informasi yang diminta belum didokumentasikan

Penyediaan informasi yang belum didokumentasikan dilakukan dalam jangka waktu.....*****

PPID/PPID Pembantu

.....
Nama dan tanda tangan

Keterangan:

* Diisi sesuai dengan nomor pendaftaran pada formulir permohonan

** Pilih salah satu dengan memberi tanda √

*** Beaya penyalinan/penggandaan/pengiriman sesuai kewajaran dan standarisasi harga

**** Jika ada penghitaman informasi agar diberikan alasannya

***** Diisi dengan keterangan waktu yang jelas untuk menyediakan informasi yang belum didokumentasikan

PENOLAKAN PERMOHONAN INFORMASI

SURAT KEPUTUSAN PPID TENTANG PENOLAKAN PERMOHONAN INFORMASI (RANGKAP DUA)

PPID PEMERINTAH KABUPATEN KULONPROGO

No. Pendaftaran *.....

A. INFORMASI PENGAJU KEBERATAN

Nama :

Alamat :

Nomor Telepon/ email :

Pekerjaan :

Rincian Informasi :

Yang Dimohon :

:

:

PPID memutuskan bahwa informasi yang dimohon adalah

INFORMASI YANG DIKECUALIKAN

Pengecualian Informasi
Didasarkan pada : Pasal 17 huruf..... UU Nomor 14/2008 tentang KIP**

Alasan : Pasal 17 huruf j UU Nomor 14/2008 tentang KIP***

Bahwa berdasarkan pasal-pasal di atas, membuka informasi tersebut dapat menimbulkan konsekuensi sebagai berikut.....
.....
.....
dengan demikian menyatakan bahwa:

PERMOHONAN INFORMASI DITOLAK

(Tempat) (tanggal) (bulan) (tahun)****

Jika pemohon informasi merasa keberatan atas peNolakan ini, maka dapat mengajukan keberatam kepada atasan PPID/PPID pembantu selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari kerja sejak surat keputusan ini diterima.

PPID

(.....)
Nama dan tanda tangan

Keterangan:

- * Diisi oleh petugas berdasarkan Nomor register permohonan informasi publik
- ** Diisi oleh PPID sesuai dengan pengecualian pada pasal 17 huruf a – i UU Nomor 14 Tahun 2008 tentang KIP
- *** Sesuai pasal 17 huruf j UU Nomor 14/2008 tentang KIP, diisi oleh PPID dengan pengecualian berdasarkan undang-undang lain
- **** Diisi oleh petugas sesuai jangka waktu pemberitahuan tertulis sebagaimana diatur dalam UU Nomor 14 Tahun 2008 tentang KIP

PERNYATAAN KEBERATAN ATAS PERMOHONAN INFORMASI

FORMAT FORMULIR KEBERATAN (RANGKAP DUA)

PPID PEMERINTAH KABUPATEN KULONPROGO

PERNYATAAN KEBERATAN ATAS PERMOHONAN INFORMASI

A. INFORMASI PENGAJU KEBERATAN

Nomor Registrasi Keberatan *** :

Nama Pemohon Informasi :

Tujuan Penggunaan Informasi :

Identitas Pemohon

Nama :

Alamat :

Nomor Telepon :

Pekerjaan :

Identitas Kuasa Pemohon **

Nama :

Alamat :

Nomor Telepon :

Pekerjaan :

B. ALASAN KEBERATAN ***

- | | |
|--|---|
| | a. Permohonan informasi ditolak |
| | b. Informasi berkala tidak disediakan |
| | c. Permintaan informasi tidak ditanggapi |
| | d. Permintaan informasi ditanggapi tidak sebagaimana yang diminta |
| | e. Biaya yang dikenakan tidak wajar |
| | f. Informasi disampaikan melebihi jangka waktu yang diberikan |

C. HARI/TANGGAL TANGGAPAN ATAS KEBERATAN AKAN DIBERIKAN : ****

Demikian keberatan ini Saya sampaikan, atas perhatian dan tanggapannya diucapkan terima kasih.

Mengetahui,
Petugas Informasi
(Penerima keberatan)

(tempat) (tanggal) (bulan) (tahun)*****
Pengaju Keberatan

(.....)
Nama dan tanda tangan

(.....)
Nama dan tanda tangan

KETERANGAN:

- * Nomor register pengajuan keberatan diisi berdasarkan buku register pengajuan keberatan
- ** Identitas kuasa pemohon, diisi jika permohonan dikuasakan pada pihak lain (surat kuasa dilampirkan)
- *** Diisi oleh pengaju keberatan sesuai alasan pengajuan keberatan
- **** Diisi sesuai jangka waktu dalam Perbup ini (10 hari kerja, dengan perpanjangan 7 hari kerja)
- ***** Tanggal diisi sesuai tanggal diterimanya pengajuan keberatan berdasarkan buku register

F. BUKU REGISTRASI KEBERATAN**BUKU REGISTRASI KEBERATAN**

NO	Tgl	Nama	Alamat, Telp/fax, email	Pekerjaan	Informasi yang diminta	Tujuan Penggunaan Informasi	Alasan Pengajuan Keberatan (Pasal 35 ayat (1) UU KIP)	Jenis Permohonan (Melihat / Meminta Salinan)	Keputusan Atasan PPID/PPID Pembantu	Hari/Tanggal pemberian tanggapan keberatan	Tanggapan Pemohon Informasi
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Keterangan

1. Diisi nomor registrasi keberatan
2. Diisi tanggal registrasi keberatan
3. Diisi Nama Pemohon informasi yang mengajukan keberatan
4. Diisi alamat, telp/fax, email Pemohon informasi yang mengajukan keberatan
5. Diisi Pekerjaan Pemohon informasi yang mengajukan keberatan
6. Diisi informasi yang diminta Diisi
7. Diisi Tujuan penggunaan informasi
8. Alasan pengajuan keberatan sesuai pasal 35 ayat (1) UU KIP
9. Diisi jenis permohonan (Melihat atau Meminta salinan)
10. Diisi Nama & Jabatan Atasan PPID/PPID Pembantu
11. Diisi hari/tanggal pemberian tanggapan atas keberatan
12. Diisi tanggapan pemohon informasi atas keputusan Atasan PPID/PPID Pembantu

Wates, 2012
BUPATI KULON PROGO,

HASTO WARDOYO

PARAF KOORDINASI		

LAMPIRAN 4
DOKUMENTASI KEGIATAN

**HASIL DOKUMENTASI KONDISI FISIK *MEDIA CENTER* HUMAS
PEMERINTAH KABUPATEN KULON PROGO**



Keterangan Gambar: Papan Nama *Media Center* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo di jalan Tamtama No 3 Wates



Keterangan Gambar: Ruang Resepsionis *Media Center* Humas



Keterangan Gambar: Ruang *Press Release Media Center* Humas



Keterangan Gambar: Ruang Komputer Wartawan

**HASIL DOKUMENTASI KEGIATAN *MEDIA CENTER*
HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN KULON PROGO**

1. Liputan *Media Center* Humas ke Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kulon Progo



2. *Presstour* Lokal (Pabrik Tahu dan Peternakan Sapi di Sentolo tanggal 05 September 2016)



3. *Presstour* Luar Daerah (Pulau Lombok, tanggal 12 April 2016)



4. Rapat Koordinasi di *Media Center* Humas (tanggal 08 September 2016)



TAMPILAN *MEDIA ONLINE* PEMERINTAH KABUPATEN KULON PROGO

1. Tampilan *Website Resmi* Milik Pemerintah Kabupaten Kulon Progo (www.kulonprogokab.go.id)

The screenshot displays the official website of Kabupaten Kulon Progo. The header features the government logo and the text "Pemerintah Kabupaten Kulon Progo Daerah Istimewa Yogyakarta". A prominent banner for the "PPID DAN MEDIA CENTRE KULON PROGO" announces the "PAMERAN MANUNGGAL FAIR TAHUN 2016" held at Stadion Cangkring from September 30 to October 8, 2016. The main content area includes a news section with a photo of the fair, a sidebar with navigation links like "Pusat Sistem Informasi" and "Informasi Aduan", and a central news feed with articles such as "Membahas PNB Dalam Penutupan Tahun 2017 Kab. Kulon Progo" and "KALISAWANG, Gerakan Gotong Royong". A right sidebar contains various service icons like "SURVEY" and "LHKPN". The footer shows the date "9 September 2016".

2. Tampilan Sistem Aduan Masyarakat (SEMAR) Milik Pemerintah Kabupaten Kulon Progo

The screenshot shows the SEMAR website interface. At the top, the header includes the SEMAR logo and the text 'Sistem Aduan Masyarakat' and 'SMS CENTER 0811 255 4010'. Below the header, there is a navigation menu with 'Home', 'Kirim Aduan', 'SOP', 'Proses Aduan', and 'Semar'. The main content area includes a welcome message: 'Selamat datang di Sistem Aduan Masyarakat (SEMAR) Pemerintah Kabupaten Kulon Progo. SEMAR merupakan fasilitas bagi masyarakat untuk menyampaikan Keluhan, Pertanyaan, Informasi, maupun Usah/ Saran guna pengembangan pelayanan Pemerintah Kabupaten Kulon Progo dan pemberdayaan Kabupaten Kulon Progo.' Below this, there are two featured articles: 'Widi' (2014-09-04) and 'didik' (2014-09-02). The 'Widi' article has a sub-header 'Medis: Bantu Aduan | Website: semar.kulonprogo.kab.go.id' and a short paragraph. The 'didik' article has a sub-header 'Medis: Bantu Aduan | Website: semar.kulonprogo.kab.go.id' and a longer paragraph. At the bottom of the page, there is a footer with 'start', 'Found New Hard...', 'My Computer', 'Dikya Purni...', 'Library', 'Mediacenter Kulon Progo', 'Internet Download...', and 'Suat lampiran du...'.

3. Tampilan G+ Milik Pemerintah Kabupaten Kulon Progo

The screenshot shows the Google+ profile page for Mediacenter Kulonprogo. At the top, there is a search bar and a 'Sign In' button. Below the search bar, there is a navigation menu with 'Home', 'Collections', 'Join Google+', 'Send Feedback', and 'Help'. The main content area features a banner for 'FAIR 2016 Mediacenter Kulonprogo RING' with the dates '01 OKTOBER 2016 - 01 NOVEMBER 2016'. Below the banner, there are two posts: 'Tingkatkan Persaudaraan, Hindari Adu Domba' and 'Penyaluran Santunan BPJS Ketenagakerjaan'. The 'Tingkatkan Persaudaraan, Hindari Adu Domba' post has a sub-header 'Mediacenter Kulonprogo · Public' and a link 'http://www.kulonprogo.kab.go.id/n21/Tingkatkan-Persaudaraan-Hindari-Adu-Domba-4303'. The 'Penyaluran Santunan BPJS Ketenagakerjaan' post has a sub-header 'Mediacenter Kulonprogo · Public' and a link 'http://www.kulonprogo.kab.go.id/n21/index.php?jilid=news/mod=yes&aksi=lihat&id=4301'. Below the posts, there are two images: one showing a group of people sitting around a table, and another showing a group of people standing together. At the bottom of the page, there is a footer with 'start', 'Found New Hard...', 'My Computer', 'Dikya Purni...', 'Library', 'Mediacenter Kulon Progo', 'Internet Download...', and 'Suat lampiran du...'.

4. Tampilan Media Sosial *Twitter* Milik Pemerintah Kabupaten Kulon Progo (@pemkab_kp)



5. Tampilan Media Sosial *Facebook* Milik Pemerintah Kabupaten Kulon Progo (Media Center Kulon Progo)



BULETIN PEMERINTAH KABUPATEN KULON PROGO
 “WARTA MENOREH”

Edisi Januari - Juni 2015

Warta MENOREH
 Buletin Pemerintahan Kabupaten Kulon Progo

CIPTAKAN INILAH KONDUSIF, MASYARAKAT JANGAN JADI PENONTON (1)

Warta MENOREH diterbitkan pada tanggal 12 Januari 2015
 Sekretariat Pemerintah Kabupaten Kulon Progo
 Jl. Pemuda No. 31 Wates Kulon Progo

**LAPORAN PENGELUARAN BAZNAS KABUPATEN KULON PROGO
 JANUARI - JUNI 2015**

PROGRAM KERJA	Terdapat Januari - Juni 2015 Jumlah Perseorangan	Besarnya Bantuan (Rp)
PALU MUKIN		
1. Fakir miskin rumah tidak layak huni	24	236.000.000
2. Fakir miskin kurban bencana / kebakaran / kecelakaan	28	41.250.000
3. Yatim-piatu, Sakar, Miskin / Bantuan Ayam Babi/kecil	440	44.000.000
4. Bantuan Beasiswa/ sekitar Lokasi Sakar/ Jurnat	60	3.000.000
5. Bantuan Tegal		43.500.000
6. Bantuan Majelis Dhuwa (Vigilid)	145	
7. Bantuan modal tukar modal peddang / simpanan, pertijilan kecil		29.600.000
8. Tukang becak, Pasukan Kuning, Dupa, Yidiri-Plato pada saat menjelang Hari Raya Iktal Fitri		560.000
9. Obat-obat OKK (obat-obatan) jamod, pesantren yang kekurangan biaya untuk membuat di rumah sakit/pelayanan rumah sakit)	49	
10. Bono Sakal (barang yang kebutuhan lokal / kecukupan bulka masuk di wilayah Kabupaten Kulon Progo)	12	19.000.000
11. Alat-alat (orang yang masuk agama Islam)	19	
12. Solidifitah		
13. Non-Fiskal		
14. 1. Bantuan politik siswa SUTWISDA/berikut dir finge pendidikan/sem uluk Kik miklin	45	34.000.000
15. 2. Bantuan pendidikan perguruan tinggi (D-3 / S-1) dan PK miklin	4	4.500.000
16. 3. Bantuan guru PAUD/TK berenergi dari Yayasan Islam	33	1.000.000
17. 4. Bantuan Utas/obrolan TKA-TWA / Guru Ngaji Pesantren/ Guru Ngaji Madrasah Diniyah	54	96.400.000
18. 5. Bantuan Kegiatan Kemandirian	16	14.700.000
19. 6. Pembelian Tali asih Bagi Juma MTQ/STQ Umum TK Kabupaten	4	2.000.000
20. 7. Bantuan MTQ pelepas	0	
21. 8. Tab Arah MTQ ASN	0	
22. 9. Bantuan penitipan Sufah Turawal	0	3.000.000
23. 10. Bantuan kesehatan/jumlahkan obat	6	1.000.000
24. 11. Transport/Mobil/Sekolah/Bus	21	1.200.000
25. 12. Bantuan keberanian disajid Agung	24	11.000.000
26. 13. Bantuan Penyelenggaraan Satra Jurnat	22	101.537.000
27. 14. Penyelenggaraan zaka, utang dan shadaqah di lingkungan DDP/MPZ	276	61.500.000
28. 15. Bantuan serbuk Kaum Noli	410	3.200.000
29. 16. Bantuan Baku Sosial	1	
30. 17. Fiskal: Bantuan pembangunan Masjid / Pondok Pesantren / Panti Alauhan	65	211.000.000
Biaya penunjang kegiatan operasional BAZNAS Kabupaten Kulon Progo		
31. Mobilisasi (satu) Jurnat/Tarawal	27	5.200.000
32. Mobilisasi Prntasan dan Bedah Rumah	24	2.850.000
33. Mobilisasi Prntasan dan Bedah Rumah	7	1.670.000
34. FC-KTM, Monev dan selenggaraan Sekretariat	6	4.469.836
35. Kemandirian Bapat	7	1.932.000
36. Meluluskan Penghapusan Dana 205	36	3.600.000
37. Honor 2 orang tenaga korrib	12	13.000.000
38. Langganan surat kabar sekupular	4	255.000
39. Mobilisasi Bapat	3	150.000
40. Aka Bulat sekupular	1	1.700.000
41. Zerkontribusi Tur	12	101.147
Jumlah	1855	1.040.048.983

CIPTAKAN IKLIM KONDISIF, MASYARAKAT JANGAN JADI PENONTON (1)

Ayung Nurhidayat*

Perkembangan investasi di daerah merupakan salah satu indikator kemajuan pertumbuhan ekonomi di daerah tersebut. Investasi yang dilakukan secara tepat dapat mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat. Strategi dan kebijakan daerah dalam menciptakan iklim kondusif bagi investasi menjadi salah satu tujuan bagi investor luar daerah yang berkeinginan menanamkan modalnya di daerah.

Tulisan ini bermaksud menanggapi bagaimana strategi dan kebijakan investasi di daerah. Hal ini menurut Perencanaan Umum UU No. 25 Tahun 2007 tentang Perencanaan Modal, dinyatakan pentingnya peranan pemerintah daerah. Dalam pengembangannya perlu bagi potensi daerah, strategi dan kebijakan menjadi titik penting bagi penyusunan modal investasi di daerah, baik dalam urusan kepemilikan terkait investasi maupun dalam lingkup kemampuan daerah untuk mendukung investasi, serta kesediaan masyarakat itu sendiri.

Iklim Kondusif

Dalam rangka menarik minat investasi, maka daerah harus berbenah diri. Dalam tulisan ini, ada dua hal pokok, yaitu infrastruktur dan supratruktur, perbaikan, dan kesegapan fasilitas, serta infrastruktur yang memadai adalah syarat mutlak daya tarik investasi. Infrastruktur ini merujuk pada prasarana, bangunan, dan alat utama masuknya investasi di daerah berdasarkan survey KSPOT 2007 yang masih relevan dengan kondisi sekarang.

Pertama, iklim kondusif persektif infrastruktur. Penyediaan awal calon investor adalah bagaimana transportasi dan jalan, meliputi akses, kondisi, panjang dan lebar, dan seterusnya. Tidak perlu jauh-jauh studi banding ke Malaysia, Thailand dan Vietnam—melainkan berdirinya di rumah sebagai "Mitscan Baru" pertumbuhan Ekonomi Asia, tetapi cukup kita tengok bagaimana transportasi jalan Kawasan Industri Sidoarjo, Semarang, Cikarang dan Soto Baru, ketika negara tetangga di Asia Tenggara, maupun di beberapa daerah yang dibutuhkan di muka, mereka telah menyiapkan fasilitas transportasi dan jalan begitu memajukan calon investor. Berikutnya adalah bagaimana fasilitas listrik, air, gas dan jaringan telekomunikasi. Secara umum, kesegapan lahan atau tanah. Tidak hanya berkaitan kecukupan luasannya lahan dan kondisi lahan representatif, tetapi juga harga tanah yang terjangkau.

Kedua, iklim kondusif persektif supratruktur. Variabel kerangka dan kebijakan adalah, bagaimana memotivasi masyarakat

manan dan kesenangan. Konflik berdampak buruk, kontraproduktif terhadap investasi. Apakah mungkin suatu daerah mewujudkan obasenya sebagai daerah tujuan investasi jika konflik komunal atau kerusuhan sosial masih terus terjadi? Investor akan berpikir ulang tentang rencana menanamkan modalnya, jika suatu daerah sudah dibera konflik agraria (pertanahan), atau kerusuhan pertanahan, dan sebagainya. Untuk itulah, peran pemerintah bersama para pemangku kebijakan seperti DPRD, aparat keamanan, swasta, LSM, masyarakat, sangat strategis untuk mendelegasikan aspirasi dan problem yang dihadapi, serta mencegah konflik dan menciptakan iklim kondusif.

Ada beragam pilihan lainnya yang dimiliki pemerintah untuk memperbaiki iklim penyatuan modal di daerah dari perspektif ini. Salah satu kebijakan yang terkait dengan kepercayaan tersebut adalah persiapan sistem Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP). Secara teoritik, PTSP dapat meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan dalam bidang investasi, melalui penyederhanaan prosedur, pemberian insentif dan kemudahan, serta percepatan waktu penyelesaian. Sebagaimana kita ketahui bersama, bahwa saat ini di banyak daerah di tanah air telah terjadi "pening tarif" alias "pering diaikon" bahkan ada daerah yang bahkan "banting bangku" di bidang layanan pelanggan untuk menarik perhatian calon investor.

Layanan pelanggan tidak boleh melawati "batu-batu rintu" sehingga terkesan birokratis dan sumberdaya manusia yang mengorganisir pelayanan masih menginduk pada SKPD (instansi) asal. Malah penting dari Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) adalah harus benar-benar "satu pintu" dari sisi lembaga maupun SDM-nya. Para sarveorifitio petugas telah lapang, baik secara struktural maupun fungsional bertanggungjawab kepada pelanggan PTSP, dan tidak lagi kepada SKPD tersebut. Ini penting, karena bersangkutan transparansi, kecepatan dan kemudahan layanan pelanggan.

Selain itu, beberapa daerah memberikan pendu untuk dapat memperbaiki kemudahan dalam mengadakan investasi. Pendu yang mengorganisir penanaman modal akan memberikan jaminan kepastian hukum sebagai para investor. Pendu dapat membuat investor yakin bahwa investasi dapat dilakukan dengan perlindungan hukum.

Pendu tersebut, diharapkan menciptakan iklim kondusif untuk pengembangan investasi dan peningkatan lapangan kerja, serta mengembangkan pemberdayaan masyarakat dan kemitraan dalam proses pembangunan dengan mengimplementasikan paradigma masyarakat membangun. Pembentukan pendu yang demikian dapat mengembangkan "networking" atau jejaring kerja dan penciptaan iklim investasi yang kondusif, dengan memberikan kemudahan pelayanan publik antara lain bertilikan kesederha-

man, kebijakan, peraturan, waku, akurasi, sumberdaya, tanggungjawab, keberagamaan dalam pelaksanaan, keterbukaan akses, keterbukaan, keserasian, kesempitn, dan kesederhanaan.

Hal ini diwujudkan dengan memberikan peluang pengaliran atau syarat investasi yang ketat namun mudah, melakukan pendekatan secara baik dengan calon investor, serta kemitraan pemerintah daerah dalam memberikan dukungan kepada masyarakat untuk terbuka menyambut kedatangan investasi di daerah, serta mengaktifkan potensi yang dimilikinya.

Sumberdaya manusia

Terkait dengan sumberdaya manusia di daerah, pemerintah daerah hendaknya menjangkau penduduk lokal agar memiliki kemampuan dan keterampilan yang tepat, yang sesuai dengan potensi lokal, pendidikan wilayah dan kebutuhan investasi.


Misalnya saja dengan dibjaka kursus-kursus industri kreatif untuk menyambut kebutuhan investasi berbasis keterampilan dan seperti industri kerajinan, busana, kerajinan, seni rupa dan sebagainya. Kursus teknologi informati dan media juga penting, karena saat ini semua industri membutuhkan sumberdaya manusia berbasis kompetensi tersebut. Selain itu, kursus-kursus teknologi terapan, otonomi, perbengkelan, mesin, las dan seterusnya sangat relevan, mengingat vertus operasional industri berbasis teknologi terkini yang harus dikuasai oleh pasar tenaga kerja. Bagi daerah yang memiliki potensi sumberdaya alam di bidang pertanian dan perkebunan, pertambangan dan kelautan, tentu membutuhkan sumberdaya manusia yang terampil di bidang usaha tersebut. Artinya, masyarakat jangan hanya jadi penonton di tengah lirik pilih masaknya investasi di daerah. Masyarakat harus menyiapkan diri sebaik-baiknya. Pasar tenaga kerja terbuka luas, mulai kemampuan dasar sampai tenaga kerja dengan keahlian tertentu, tergantung bisa tidak terseleksi dalam kompetisi tersebut.

Kursus-kursus bersertifikasi tersebut merupakan tugas pemerintah daerah, swasta, maupun manajemen industri untuk menyiapkan tenaga kerja terdidik dan terlatih sesuai kebutuhan yang diinginkan. Pemerintah daerah, baik melalui Balai Latihan Kerja (BLK) maupun program-program lintas SKPD diharapkan dapat melibatkan sumberdaya manusia juga kerja. Demikian halnya dengan swasta, yang ini berkembang kursus-kursus yang diselenggarakan oleh lembaga swasta resmi dan bersertifikat. Selain itu, pada umumnya, kalangan swasta yang bersedia memercayakan diklat dan kursus bagi calon karyawan agar mampu melakukan perubahan pekerjaan sesuai standar mutu yang diinginkan. (Berzambing bag. 2)

*Kapsir BPWPT Hutan Progo

LAMPIRAN 5
SURAT PENELITIAN

1. Surat Izin Observasi Penelitian


KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
 Alamat: Karangmalang Yogyakarta, 55281, Telp: (0274) 586168 Ext. 583 Fax: (0274) 554902
 Website : <http://fe.uny.ac.id> | e-mail : fe@uny.ac.id

Nomor : 5421 /UN34.18/LT/2015
 Hal : Permohonan Izin Observasi

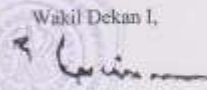
26 November 2015

Yth. Kepala Bagian Teknologi Informasi dan Humas- Kabupaten Kulon Progo
Jalan Perwakilan No. 1, Wates, Kulon Progo
D. I. YOGYAKARTA

Kami sampaikan dengan hormat kepada Bpk/Ibu, bahwa mahasiswa dari Jurusan Pendidikan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta bermaksud mencari dan mengumpulkan data untuk keperluan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi, adapun mahasiswa tersebut adalah :

Nama	: Elvika Putri Dinanti
NIM	: 12402244025
Program Studi	: Pendidikan Administrasi Perkantoran – S1
Maksud/Tujuan	: Izin Observasi
Judul Penelitian	: "Fungsi Strategis Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo"
Dosen Pembimbing	: Siti Umi Khayatun Mardiyah, M.Pd.



Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bpk/Ibu berkenan memberi izin dan bantuan seperturnya. Demikian atas izin dan bantuannya diucapkan terima kasih.


 Wakil Dekan I,
 Des. Nurhadi, M.M.
 NIP. 19550101 198103 1 006

Tembusan :

1. Mahasiswa yang bersangkutan;
2. Arsip Jurusan
3. Arsip Fakultas

2. Surat Keterangan Izin Penelitian dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

	KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA FAKULTAS EKONOMI Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281 Telepon (0274) 554902, 586168 pesawat 817, Fax (0274) 554902 Laman: fe.uny.ac.id E-mail: fe@uny.ac.id
Nomor : 1519/UN34.18/LT/2016	16 Agustus 2016
Lamp. : 1 Bendel Proposal	
Hal : Ijin Penelitian	
<p>Yth. Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta cq. Ka. Biro Administrasi Pembangunan Setda DIY Komplek Kepatihan, Danurejan, Yogyakarta</p>	
<p>Kami sampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:</p>	
Nama :	Elvika Putri Dinanti
NIM :	12402244025
Program Studi :	Pendidikan Administrasi Perkantoran - S1
Judul Tugas Akhir :	PERAN MEDIA CENTER HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PUBLIK BAGI MASYARAKAT DAN PEMERINTAH KABUPATEN KULON PROGO
Tujuan :	Memohon ijin mencari data untuk penulisan Tugas Akhir Skripsi
Waktu Penelitian :	Selasa - Rabu, 16 Agustus - 16 Nopember 2016
<p>Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bapak/Ibu berkenan memberi izin dan bantuan seperlunya.</p> <p>Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.</p>	
<p>Wakil Dekan I</p>  <p>Prof. Sukirno, S.Pd., M.Si., Ph.D. NIP-196904141994031002</p>	
<p>Tembusan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sub. Bagian Pendidikan dan Kemahasiswaan ; 2. Mahasiswa yang bersangkutan. 	

3. Surat Keterangan Izin Penelitian dari Sekretariat Daerah, Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta

www.diprovda.yogyakarta.go.id



PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
SEKRETARIAT DAERAH
 Kompleks Kepatihan, Danurejan, Telepon (0274) 562811 - 562814 (Hunting)
 YOGYAKARTA 55213

SURAT KETERANGAN / IJIN
070/REG-V/356-B/2016

Membaca Surat	WAKIL DEKAN I FAKULTAS EKONOMI	Nomor	1519/UN34.16/LT/2016
Tanggal	16 AGUSTUS 2016	Pertama	IJIN PENELITIAN/RISET

Mengingat

1. Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2006 tentang Peraturan bagi Perguruan Tinggi Asing, Lembaga Penelitian dan Pengembangan Riset, Badan Usaha Asing dan Orang Asing dalam melakukan Kegiatan Penelitian dan Pengembangan di Indonesia;
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011, tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah;
3. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 37 Tahun 2008, tentang Rincian Tugas dan Fungsi Satuan Organisasi di Lingkungan Sekretariat Daerah dan Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah;
4. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 18 Tahun 2009 tentang Pedoman Pelayanan Penelitian, Rekomendasi Pelaksanaan Survei, Penelitian, Pendidikan, Pengembangan, Pengkajian, dan Studi Lapangan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

DIBIJIN untuk melakukan kegiatan survei/penelitian/pendataan/pengembangan/pengkajian/studi lapangan kepada:

Nama	ELVIKA PUTRI DINANTI	ID/NIK	12402244025
Alamat	FAKULTAS EKONOMI, PENDIDIKAN ADMINISTRASI PERKANTORAN, UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA		
Judul	PERAN MEDIA CENTER HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PUBLIK BAGI MASYARAKAT DAN PEMERINTAH KABUPATEN KULON PROGO		
Lokasi			
Waktu	19 AGUSTUS 2016 s.d 19 NOVEMBER 2016		

Dengan Ketentuan

1. Menyertakan surat keterangan izin survei/penelitian/pendataan/pengembangan/pengkajian/studi lapangan ("I") dari Pemerintah Daerah DIY kepada Bupati/Walikota melalui instansi yang berkenaan melampirkan (di dukai).
2. Menyertakan self copy hasil penelitiannya baik kepada Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta melalui Biro Administrasi Pembangunan Setda DIY dalam format disk (CD) maupun mengunggah (upload) melalui website idbang.jogaprov.go.id dan menyerahkan cetakan asli yang sudah diototahi dan ditotahi cap institusi.
3. Ijin ini hanya dipergunakan untuk keperluan ilmiah, dan pemegang ijin wajib mematuhi ketentuan yang berlaku di lokasi kegiatan.
4. Ijin penelitian dapat dipertajam maksimal 2 (dua) kali dengan menyerahkan surat ini kembali sebelum berakhir waktunya setelah mengajukan permohonan melalui website idbang.jogaprov.go.id.
5. Ijin yang diberikan dapat dicabut sewaktu-waktu apabila pemegang ijin ini tidak memenuhi ketentuan yang berlaku.

Dikeluarkan di Yogyakarta
 Pada tanggal **19 AGUSTUS 2016**
 A. M Sekretaris Daerah
 Asisten Perencanaan dan Pembangunan
 Uti
 Kepala Biro Perencanaan



Yogyakarta, 19 Agustus 2016
 NIP. 19020830 198803 1 005

Terdahulu:

1. GUBERNUR DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (SEBAGAI LAPORAN)
2. BUPATI KULON PROGO C. Q KPT KULON PROGO
3. WAKIL DEKAN I FAKULTAS EKONOMI, UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
4. YANG BERSANGKUTAN

4. Surat Keterangan Izin Penelitian dari Badan Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu, Pemerintah Kabupaten Kulon Progo



PEMERINTAH KABUPATEN KULON PROGO
BADAN PENANAMAN MODAL DAN PERIZINAN TERPADU
 Unit 1: Jl. Perwakilan No. 1, Wates, Kulon Progo Telp.(0274) 775208 Kode Pos 55611
 Unit 2: Jl. KHA Dahlan, Wates, Kulon Progo Telp.(0274) 774402 Kode Pos 55611
 Website: bpmp.kulonprogokab.go.id Email : bpmp@kulonprogokab.go.id

SURAT KETERANGAN / IZIN
 Nomor : 070.2 /00734/VIII/2016

Memperhatikan : Surat dari Sekretariat Daerah Provinsi DIY Nomor: 070/REG/w/356/3/2016, Tanggal: 19 Agustus 2016, Perihal: Izin Penelitian

Mengingat : 1. Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 61 Tahun 1983 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pelaksanaan Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Departemen Dalam Negeri;
 2. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 18 Tahun 2009 tentang Pedoman Pelayanan Perizinan, Rekomendasi Pelaksanaan Survei, Penelitian, Pengembangan, Pengkajian dan Studi Lapangan di Daerah Istimewa Yogyakarta;
 3. Peraturan Daerah Kabupaten Kulon Progo Nomor : 16 Tahun 2012 tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Teknis Daerah;
 4. Peraturan Bupati Kulon Progo Nomor : 73 Tahun 2012 tentang Urutan Tugas Unsur Organisasi Terselenggara Pada Badan Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu.

Diizinkan kepada : **ELVIKA PUTRI DINANTI**
 NIM / NIP : **12402244025**
 PT/Instansi : **UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**
 Keperluan : **IZIN PENELITIAN**
 Judul/Tema : **PERAN MEDIA CENTER HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PUBLIK BAGI MASYARAKAT DAN PEMERINTAH KABUPATEN KULON PROGO**

Lokasi : **HUMAS DAN TI SETDA KABUPATEN KULON PROGO**

Waktu : **19 Agustus 2016 s/d 19 Nopember 2016**

1. Terlebih dahulu menemui/melaporkan diri kepada Pejabat Pemerintah setempat untuk mendapat petunjuk seperlunya.
2. Wajib menjaga tata tertib dan mentaati ketentuan-ketentuan yang berlaku.
3. Wajib menyerahkan hasil Penelitian/Riset kepada Bupati Kulon Progo c.q. Kepala Badan Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu Kabupaten Kulon Progo.
4. Izin ini tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan Pemerintah dan hanya diperlukan untuk kepentingan ilmiah.
5. Apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan menjadi tanggung jawab sepenuhnya peneliti
6. Surat izin ini dapat diajukan untuk mendapat perpanjangan bila diperlukan.
7. Surat izin ini dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila tidak dipenuhi ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Ditetapkan di : **Wates**
 Pada Tanggal : **24 Agustus 2016**

KEPALA
BADAN PENANAMAN MODAL
DAN PERIZINAN TERPADU


AGUNG KURNIAWAN, S.I.P., M.Si
 Pembina Utama Muda; IV/e
 NIP: 19680805 199603 1 005

Tembusan kepada Yth. :

1. Bupati Kulon Progo (Sebagai Laporan)
2. Kepala Dapdesa Kabupaten Kulon Progo
3. Kepala Kesbangpol Kabupaten Kulon Progo
4. Kabag Humas dan TI Setda Kabupaten Kulon Progo
5. Yang bersangkutan
6. Arsip