



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Profesi Humas atau *Public Relations* (PR) di Indonesia berkembang sangat pesat. Hampir semua yang berada di bidang usaha baik di industri swasta maupun Badan Usaha Milik Negara/Daerah menggunakan jasa PR. Berbagai institusi Pemerintah serta industri lainnya pun memiliki bagian PR dalam struktur organisasinya.

Saat ini peran PR sangat dibutuhkan di organisasi manapun. Salah satunya adalah di dalam institusi pemerintahan. Pentingnya PR di dunia pemerintahan saat ini dinyatakan oleh Menteri Komunikasi dan Informatika dalam Konvensi Nasional Humas Indonesia yaitu ‘Peran Strategis Humas dalam memosisikan Indonesia menghadapi persaingan global’ (Jebarus & Basya, 2013, h. 29) menyampaikan bahwa persaingan global menuntut seluruh praktisi PR di Indonesia supaya bangkit bersinergi untuk meningkatkan reputasi dan citra bangsa. Hal itu bukan saja pada tataran nasional, terlebih lagi dalam lingkup global, kompetensi para praktisi PR Indonesia memerlukan pembenahan segera.

Pemahaman tentang PR di Indonesia masih sangat beragam. Hal ini tercermin pada bidang kerja yang berbeda di masing-masing organisasi/institusi. Di beberapa organisasi/institusi, terutama organisasi di bidang bisnis dalam skala tertentu telah memilih memasukan PR sebagai bagian dari fungsi manajemen. Namun, sebagian besar dari organisasi yang ada di Indonesia, khususnya di lembaga-lembaga pemerintahan, peran PR masih belum beranjak dari tugas-tugas teknik semata. Menurut Jebarus & Basya (2013, h. 31) bahwa PR yang menerapkan fungsi manajemen adalah umumnya sudah dilibatkan sejak awal dalam proses pengambilan keputusan. Sementara PR yang menjalankan tugas-tugas

teknis lebih dominan difungsikan sebatas pelaksana teknis semata, *event organizer*, serta aktivitas keprotokoleraan lainnya.

Humas adalah istilah kata dari PR yang banyak digunakan institusi-institusi pemerintah di Indonesia, seperti Biro Humas Kementerian Dalam Negeri, Bagian Humas Provinsi. Humas dan PR memiliki arti yang berbeda dilihat dari perbedaan dari target publiknya. Menurut Adrianto (2013, h. 2) bahwa dilihat dari terjemahan *public* menjadi masyarakat kurang tepat karena yang tepat yaitu publik dan khayalak. Arti masyarakat ke dalam Bahasa Inggris yaitu *society* dan *general public*. Pengeritan hubungan masyarakat dan target publiknya lebih luas, sedangkan kegiatan PR yang menjadi target publiknya bukan *society* dan *general public* melainkan *public*.

Aktivitas kehumasan di pemerintahan dengan PR di industri memiliki perbedaan dalam fungsi dan tugasnya. Perbedaan utama antara fungsi dan tugas hubungan masyarakat (humas) yang terdapat di instansi dinas pemerintah dan lembaga non - pemerintah (perusahaan swasta) yaitu tidak ada sesuatu yang diperjualbelikan atau transaksi terjadi, baik berbentuk produk barang maupun jasa pelayanan yang ditawarkan kepada pihak yang membutuhkan secara komersial. Walaupun ada pihak humas pemerintah melakukan hal yang sama dengan perusahaan komersial, seperti periklanan, namun hal tersebut lebih menekankan pada bentuk *public services* atau *public utilities* demi kepentingan pelayanan umum. (Ruslan, 2014, h. 107)

Perbedaan fungsi dan tugas seorang humas pemerintah juga di jelaskan oleh Ruslan (2014, h. 109 – 110) bahwa PR pemerintah memiliki peran ganda yaitu memiliki fungsi keluar dan ke dalam. Fungsi keluar yaitu berupaya memberikan informasi atau pesan-pesan sesuai dengan kebijakan dan tujuan dari lembaga yang bersangkutan terhadap kepentingan masyarakat sebagai khalayak sasaran. Fungsi ke dalam adalah pihak humas wajib menyerap aspirasi atau keinginan publik/masyarakat yang diselaraskan dengan kepentingan bagi instansinya demi tercapainya tujuan bersama.

Adapula tugas PR dijelaskan oleh Anggoro (2002, h. 1 - 2) bahwa PR adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya. PR kini menjadi bagian terpenting dalam sebuah organisasi. Saat ini badan usaha menjadikan PR sebagai ujung tombak untuk membangun kepercayaan di mata masyarakat.

Tujuan PR di dunia pemerintahan adalah membuat berbagai program pemerintahan untuk membentuk, meningkatkan dan memelihara citra positif dan reputasi baik. Hal ini didukung oleh pernyataan Adrianto (2013, h. 239) bahwa citra positif dan reputasi baik agar dapat memperoleh opini publik yang menguntungkan, serta dukungan dan simpati rakyat atau publik. Citra sengaja diciptakan oleh PR dalam dunia pemerintahan, dalam bentuk *events* (kegiatan-kegiatan), *campaigns* (kampanye-kampanye) dan *programs* (program-program jangka panjang). Seorang PR profesional dibidang pemerintahan adalah komunikator profesional yang diangkat oleh lembaga pemerintah dengan tugas melayani informasi kebijakan publik dan pelayanan.

Pentingnya fungsi PR pemerintah ini di dukung oleh beberapa pernyataan dalam suatu artikel mengenai fungsi strategis PR Pemerintah harus diberdayakan. Artikel ini menuliskan bahwa peran PR pemerintah di era sekarang sangat dibutuhkan tetapi fungsi PR akan berjalan dengan baik apabila memperoleh dukungan penuh dari komponen publik/*stakeholder*. Menurut Prita Kema Gani), Ketua Umum Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia (Fungsi Strategis Humas Pemerintah Harus Diberdayakan, 2013, para. 2) bahwa peran PR akan tercapai jika kita bisa merangkul *stakeholder* dan guna untuk memperoleh dukungan ini PR berfungsi untuk menyediakan dan memberikan informasi kepada masyarakat, berkomunikasi sebaik-baiknya agar mendapat dukungan dari masyarakat, PR menjadi mediasi antara institusi pemerintahan.

Adapula artikel yang dipublikasikan oleh Badan Informasi Geospasial dalam jejaring resminya, Dirjen Komunikasi dan Kehumasan Kementerian Komunikasi dan Informatika, Freddy Tulung (Humas dan Kehumasan Sangat Penting Dalam Pemerintahan, 2013, para. 1) mengatakan bahwa PR Pemerintah adalah bagian

yang sangat penting dalam menyelenggarakan *Good Government* dan *Good Governance*. Untuk itu Kehumasan sangat diperlukan karena merupakan jembatan untuk menyatukan semua PR di pemerintah. PR tidak berjalan masing-masing namun membutuhkan sinergi dari dalam sehingga tercapai transparansi penyelenggaraan pemerintahan yang efisien dan efektif.

Indonesia saat ini terdiri dari tiga puluh empat Provinsi dan dua ratus empat puluh tiga Kabupaten/Kota di Indonesia. Di setiap daerah terdapat pemerintah yang dipimpin oleh gubernur, walikota, dan wakil walikota. Kota Cirebon juga memiliki divisi Humas yang memiliki fungsi untuk berhubungan baik dengan *stakeholders*. Humas Pemerintah Kota Cirebon memiliki beberapa program dan juga kegiatan yang dijalankan setiap harinya. Aktivitas PR yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Cirebon yang sering dilakukan adalah Media Relations dan *Event*. Humas Pemerintah Kota Cirebon juga memiliki kesamaan fungsi manajemen seperti PR di industri yaitu merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan yang berupaya untuk meraih pengertian dan dukungan publik Walaupun masih menjalankan sesuai dengan protokoler. Seperti yang nyatakan oleh Cutlip, Center dan Broom dalam Effendy (2009, h. 116) bahwa :

“Public relations adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik.”

Melalui penjelasan di atas PR yang ada di Indonesia harus semakin berkembang perannya. Indonesia sudah menyadari pentingnya peran fungsi PR khususnya dalam pemerintahan maupun institusi swasta. Seperti yang disadari oleh Pemerintah Kota Cirebon bahwa peran PR penting dalam setiap aktivitas yang dilakukan Pemerintah Kota Cirebon sehingga fungsi PR Kota Cirebon sudah dinyatakan dalam setiap program yang ditetapkan. Fungsi PR bukan hanya sekedar memberikan berita kepada pers tetapi juga berhubungan baik dengan pers, selain itu PR juga diberikan kebebasan yang sesuai dengan anggaran dan tugas yang ditetapkan dari atasan untuk menciptakan kegiatan baru dengan tujuan menaikkan citra dan reputasi Pemerintah Kota Cirebon. Dilihat dari perkembangan

pemahaman mengenai PR, aktivitas yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Cirebon salah satunya adalah Media PR, *Media Relations* dan *Event*.

Penulis memilih kerja praktik magang di Hubungan Masyarakat Sekretariat Daerah Kota Cirebon, karena bagi penulis Kota Cirebon telah berkembang sangat pesat dalam pembangunan dan juga bidang pariwisata. *Public Relations* sudah dibutuhkan di perusahaan manapun dan salah satunya dibutuhkan di dalam Pemerintah Kota Cirebon. Di tahun-tahun sebelumnya Humas Pemerintah Kota Cirebon belum aktif dalam melaksanakan program-programnya dan bahkan bisa dibayangkan penulis belum pernah melihat dan mendengar mengenai Humas itu sendiri. Namun, saat ini Humas Kota Cirebon sudah mulai menyatakan kehadirannya sebagai jembatan antara pemerintah dengan masyarakat melalui program-program baru yang dijalankan sehingga penulis tertarik ingin mengetahui dunia kerja Humas Pemerintah Kota Cirebon dalam programnya untuk membantu memajukan kota Cirebon. Menurut penulis ini adalah kesempatan besar untuk mengetahui apa saja yang sedang dihadapi oleh Pemerintah Kota Cirebon dalam memajukan Kota Cirebon.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Berkaitan dengan praktik kerja magang yang bersifat wajib oleh pihak kampus Universitas Multimedia Nusantara maka dalam praktik kerja magang ini penulis memilih untuk melakukan praktik kerja magang di Pemerintah Kota Cirebon di dalam divisi Hubungan Masyarakat Sekretariat Daerah Kota Cirebon, adapun praktik kerja magang yang dilakukan di divisi tersebut bertujuan untuk :

1. Mengetahui peran & fungsi PR dalam Pemerintah Kota Cirebon.
2. Mengetahui ruang lingkup kerja praktik PR di dalam pemerintahan.
3. Mendapatkan pengalaman praktik kerja magang di lingkungan Pemerintah Kota Cirebon serta mengetahui ilmu-ilmu yang berkaitan dengan komunikasi khususnya di bidang *Public Relations* dalam divisi Humas Pemerintah Kota Cirebon.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

Sebelum melakukan praktik kerja magang, terdapat beberapa prosedur administratif yang perlu dilakukan oleh peserta magang sesuai dengan ketentuan dari Universitas Multimedia Nusantara. Bermula dari pengajuan Form KM-01 yang merupakan surat pengantar kerja sebagai bekal bagi peserta magang untuk mengajukan permohonan praktik kerja magang kepada perusahaan yang diminati.

Permohonan dikabulkan oleh pihak Humas Pemerintah Kota Cirebon dan penulis memulai praktik kerja magang pada 8 September 2014 dan berakhir pada 29 Desember 2014 dengan 3 bulan 21 hari, yang mana tanggal terlampir sudah termasuk dengan *off day* untuk keperluan perkuliahan yang dilakukan oleh penulis. Selama praktik kerja magang penulis diposisikan sebagai *trainee*, namun penulis harus tetap mentaati prosedur kerja seperti aturan dan tata tertib yang berlaku di perusahaan termasuk jam masuk kerja sesuai dengan yang ditetapkan oleh perusahaan.

Setiap karyawan diwajibkan untuk masuk pada pukul 7.00 WIB untuk memulai apel pagi harian dan selesai bekerja pada pukul 15.30 WIB dengan total waktu bekerja selama 8,5 jam kerja termasuk istirahat pada pukul 12.00 – 13.00 berlaku setiap hari Senin sampai Jumat. Sementara *trainee* diijinkan untuk masuk pada pukul 8.00 WIB dan selesai 15.00 WIB.

U
M
N



UMN