

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kota Banjarmasin merupakan salah satu dari sekian banyak kota yang ada di Provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia. Kota Banjarmasin adalah kota yang dijuluki Kota Seribu Sungai ini memiliki wilayah seluas 98,46 km² yang wilayahnya terdiri dari kepulauan sekitar 25 pulau kecil (dataran) yang dipisahkan oleh sungai antara lain Pulau Tatas, Pulau Kelayan, Pulau Rantauan Keliling, dan lainnya.¹ Kota Banjarmasin diatur dan dikelola oleh Pemerintah Kota Banjarmasin. Dalam memimpin daerah dan masyarakat yang benar diperlukan adanya humas atau Public Relations di lembaga Pemerintah tersebut.²

Public Relations atau hubungan masyarakat adalah fungsi kepemimpinan dan manajemen yang membantu organisasi mencapai target mereka, menentukan ide, memudahkan, dan mengembangkan hubungan positif dengan menghubungkan semua komunitas internal dan eksternal yang relevan. Berdasarkan definisi tersebut, keberadaan humas di Kota Banjarmasin dapat lebih terkontrol dan tugasnya benar-benar menjalin interaksi yang baik.

Tugas utama seorang humas yang pertama adalah memberikan kesan yang baik. Kesan adalah bagaimana perasaan atau pemikiran seseorang, suatu produk/situasi, tergantung pada tingkat pengetahuan orang tersebut, sehingga tugas

¹ Pemerintah Kota Banjarmasin, *Selayang Pandang Kota Banjarmasin*, <https://banjarmasinkota.go.id/selayang>, diakses pada tanggal 12 Februari 2022, pukul 09:00.

² Sam Black, *The Practice of Public Relations*, Routledge, 4th Edition, 1995. hlm. iv

humas adalah memberi kesan agar stigma seseorang terhadap perusahaan itu baik dan menguntungkan bagi perusahaan itu sendiri. Tugas pokok humas yang kedua adalah Pengetahuan dan Pemahaman, humas sangat berperan dalam memberikan informasi kepada publik internal dan publik eksternal dengan memberikan informasi secara tepat dengan tujuan yang mudah dipahami. Ketiga, menciptakan minat (*interest*), humas juga harus mampu menciptakan minat publik dalam situasi tertentu yang berdampak besar bagi organisasi. Keempat, tugas publisitas adalah penerimaan, dan berperan saat menjelaskan kepada masyarakat tentang suatu peristiwa agar mereka dapat memahami dan menerima ketidakpedulian yang melingkupi pihak lain dan sikap pihak lain tersebut. Terakhir, Humas harus mampu berkomunikasi secara jelas dengan publik agar dapat memperoleh simpati.

Citra adalah modal penting dari setiap perusahaan, organisasi, atau lembaga pemerintah. Citra tidak mungkin terwujud dengan sendirinya. Namun citra positif muncul berkat usaha terencana dan sistematis untuk mewujudkannya. Citra pemerintah itu diperlukan untuk mempengaruhi pandangan pelanggan melalui periklanan, hubungan masyarakat, dari mulut ke mulut dan kombinasi dari pengalaman kehidupan nyata yang berbeda dengan produk dan layanan. Menurut Soemirat dan Adianto (2007), citra pemerintahan adalah kesan, perasaan, dan citra publik terhadap suatu perusahaan dan merupakan kesan yang sengaja diciptakan pada suatu objek, orang, atau organisasi. Menurut Soemirat dan Ardianto (2007), sikap mengacu pada kecenderungan untuk bertindak, mempersepsi, berpikir, dan merasakan ketika berhadapan dengan pikiran, objek, situasi, dan nilai. Sikap bukanlah tindakan, tetapi kecenderungan untuk berperilaku dengan jalan tertentu.

Kegiatan humas dalam menghasilkan citra dilakukan di lingkungan internal dan eksternal. Secara internal, humas berusaha menyampaikan rasa memiliki (*sense of belonging*) tanggung jawab (*sense of responsibility*) kepada manajemen, karyawan, pemegang saham dan lain-lain. Rasa memiliki dan tanggung jawab terwujud jika perusahaan peduli dan memenuhi kebutuhannya secara ekonomi, sosial dan psikologis. Dalam hubungan masyarakat internal, konsep hubungan manusia berlaku. Hal ini untuk melihat karyawan atau pekerja sebagai manusia yang harus dihargai dan dihormati. Humas juga bertanggung jawab menciptakan citra pada publik eksternal, yaitu dengan menjalin hubungan yang saling menguntungkan baik dengan pemerintah, pers, customer, maupun masyarakat setempat (*community*). Kegiatan ini bertujuan untuk mempererat hubungan antara kedua belah pihak sehingga terwujudnya kepercayaan.

Jika hubungan antara organisasi atau perusahaan secara internal dan eksternal berjalan dengan baik, maka perusahaan atau organisasi tersebut pasti akan mendapatkan citra yang baik. Dengan demikian, humas menjadi alat organisasi untuk menciptakan, memelihara, meningkatkan dan memperbaiki citranya. Dalam beberapa tugas humas, salah satu peran penting humas adalah menciptakan citra (*impression*), baik citra positif maupun citra negatif. Dalam membangun citra, humas dapat berperan sebagai penafsir bagi agensi karena petugas humas seringkali memiliki koneksi yang cukup luas untuk membentuk citra perusahaan dengan membuat koneksi. Membangun citra bukanlah hal yang mudah, apalagi menyangkut citra seorang pemimpin atau pemerintahan. Dibutuhkan kecerdasan Anda sendiri untuk memahami suatu kondisi dan pikiran yang kuat untuk

menghadapi suatu kondisi.

Humas pemerintah adalah organisasi kehumasan pemerintah atau profesional kehumasan yang menjalankan fungsi manajemen di bidang informasi dan komunikasi secara persuasif, efisien, dan efektif untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik melalui berbagai media citra dan reputasi instansi pemerintah. Dalam suatu organisasi pemerintah (daerah), humas seringkali diposisikan sebagai juru bicara atau suara pimpinan Pemerintah Daerah dalam hubungannya dengan publik, menjadikan organisasi tersebut sebagai posisi yang berwibawa, terhormat, tinggi, strategis serta memiliki wewenang dan tanggung jawab.

Humas pemerintah di bidang e-Government berkaitan dengan kebijakan pemerintah dan masyarakat. Oleh karena itu, tugas humas pemerintah meliputi menginformasikan dan mendidik masyarakat tentang kebijakan, tindakan, dan tindakan pemerintah, serta memberikan pelayanan kepada masyarakat berupa informasi yang diperlukan secara terbuka, jujur, dan objektif. Kemudian memberikan dukungan kepada media dalam bentuk materi informasi yang berkaitan dengan kebijakan dan tindakan pemerintah, tindakan termasuk media, termasuk informasi untuk acara-acara penting. Pemerintah merupakan sumber informasi yang penting bagi media, sehingga sikap masyarakat sangat penting. Selain itu, humas pemerintah mempromosikan pembangunan ekonomi dan budaya yang dicapai di negara itu di depan khalayak nasional dan asing. Dan terakhir, memantau opini publik terhadap kebijakan pemerintah, kemudian memberikan komentar publik sebagai umpan balik kepada pimpinan instansi pemerintah terkait

untuk dikomentari.

Berdasarkan data yang penulis dapat dari Ikatan Ahli Perencanaan Indonesia pada tahun 2019, mereka mengeluarkan daftar kota yang memiliki persentase paling layak bumi di Indonesia. Yang mana persentase ini didapat dari hasil survei yang dilakukan di 26 kota dari 19 provinsi dan responden dari tiap kota berjumlah 200 orang. Dari hasil survei tersebut, Kota Banjarmasin berada diperingkat ke 7 dalam segi keamanan dengan nilai kelayakan 65,1%, diposisi 1 terdapat kota solo dengan nilai kelayakan 66,1%. Nilai dari persentase ini dilihat dari berbagai aspek diantaranya: air bersih, fasilitas kesehatan, bahan pangan, tempat ibadah, transportasi, pendidikan dan lain sebagainya.³ Dilihat dari data tersebut, citra dari Kota Banjarmasin tidak luput dari kinerja dari berbagai lembaga pemerintah di Kota Banjarmasin, salah satunya adalah humas Pemerintah Kota Banjarmasin dengan strategi komunikasinya.

Strategi komunikasi memiliki kontribusi yang besar terhadap kegiatan kehumasan. Strategi yang digunakan oleh humas dalam hal ini adalah humas pemerintah merupakan faktor penting dalam menentukan berhasil tidaknya suatu proses komunikasi, serta membantu humas dalam kinerja fungsinya.

Maka berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian mengenai strategi komunikasi yang dilakukan di humas Pemerintah Kota Banjarmasin. Sehingga dapat ditarik sebuah penelitian yang berjudul **“Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra**

³ IAP Indonesia, *Most Livable City Index*, <https://www.slideshare.net/OswarMungkasa/iap-livable-city>, diakses pada tanggal 22 Juni 2022, pukul 20:30 WITA

Pemerintah Kota Banjarmasin (Studi Kualitatif Humas Pemerintah Kota Banjarmasin).”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penelii paparkan, maka rumusan dalam skripsi ini adalah:

1. Bagaimana strategi komunikasi Humas dalam meningkatkan citra Humas Pemerintah Kota Banjarmasin?
2. Bagaimana tugas Humas Pemerintah Kota Banjarmasin di Bidang Layanan *e-Government*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian dalam menyusun skripsi yang ingin dicapai oleh penulis yaitu untuk mengetahui:

1. Strategi komunikasi humas dalam meningkatkan citra Pemerintah Kota Banjarmasin.
2. Tugas Humas Pemerintah Kota Banjarmasin di bidang layanan *e-Government*.

D. Signifikansi Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan berguna:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan dan wawancara serta menjadi sumber informasi tentang strategi komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan bidang kehumasan.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan bagi gambaran strategi komunikasi humas serta bagi pihak-pihak organisasi, lembaga, instansi, khususnya instansi pemerintah.

E. Definisi Operasional

Sebagai penegasan sehingga tidak terjadi kesalahpahaman mengenai penulisan judul di atas, maka penelitian ini akan menjelaskan beberapa istilah dari penelitian ini:

1. Strategi Komunikasi

Yang dimaksud dengan strategi komunikasi adalah perencanaan dalam penyampaian pesan melalui kombinasi berbagai unsur komunikasi seperti isi dan saluran komunikasi sehingga pesan yang disampaikan mudah diterima dan dipahami serta dapat mengubah sikap atau perilaku sesuai dengan tujuan komunikasi. Perencanaan strategis adalah aktivitas manajemen organisasi yang digunakan untuk menetapkan prioritas, memfokuskan energi dan sumber daya, serta memperkuat kinerja operasional. Perencanaan strategis memastikan

bahwa karyawan dan pemangku kepentingan lainnya bekerja menuju tujuan bersama dan menyepakati hasil yang diinginkan, sambil menyelaraskan arah organisasi saat terjadi perselisihan. Ini adalah upaya disiplin yang mengarah pada keputusan dan tindakan mendasar yang membuat organisasi sadar tentang siapa yang dilayaninya dan mengapa harus dilayani. Perencanaan strategis yang efektif tidak hanya mengartikulasikan posisi organisasi dan tindakan yang diperlukan untuk bergerak maju, tetapi juga mengetahui bagaimana organisasi akan terus berfungsi.

2. Komunikasi

Komunikasi adalah metode pertukaran informasi antar individu melalui sistem sinyal, tanda, dan perilaku. Komunikasi juga diartikan sebagai sarana penyampaian gagasan kepada pihak lain, dengan berbicara, menulis, dan melakukan surat menyurat. Komunikasi juga merupakan proses pemindahan informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak ke pihak lain dengan rangka menginformasikan atau mengubah pendapat, sikap, atau perilaku orang lain. Umumnya, komunikasi dilakukan secara verbal atau lisan yang dapat dipahami oleh kedua belah pihak. Tanpa bahasa verbal yang dapat dipahami oleh keduanya, komunikasi tetap dapat dilakukan melalui gerak tubuh, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara ini disebut komunikasi nonverbal.

3. Humas

Humas adalah sebuah saluran, fasilitator, manajer komunikasi, melakukan penelitian, mendefinisikan masalah, dan menciptakan makna dengan membina komunikasi di antara banyak kelompok dalam masyarakat.⁴ Secara sederhana, humas adalah fungsi mengelola, menciptakan dan memelihara komunikasi, pengertian, dukungan dan kerjasama antara perusahaan dan publik untuk menciptakan situasi yang saling menguntungkan. Dan inti Humas/PR terdiri dari tiga kata, yaitu komunikasi, citra/persepsi, dan hubungan.

4. Citra

Citra merupakan kesan yang diterima oleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengalaman serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya. Citra merupakan tujuan utama dari sebuah organisasi atau perusahaan.

5. Humas Pemerintah

Humas dalam pemerintahan adalah kebijaksanaan dan pemberian pelayanan kepada masyarakat dengan sikap yang benar untuk kepentingan kelompoknya agar organisasi atau instansi tempat humas berada mendapat kepercayaan dari publik, masyarakat dalam arti yang seluas-luasnya. Pelayanan dan sikap yang baik sangat penting untuk menciptakan

⁴ Shannon A. Bowen, *An Overview of the Public Relations Function*, Expert Press, 2010, hlm. 9.

pemahaman dan penghargaan dan kepercayaan yang terbaik.

Hubungan masyarakat pemerintah atau humas pemerintah adalah organisasi kehumasan dan praktisi kehumasan pemerintah yang menjalankan fungsi manajemen di bidang informasi dan komunikasi persuasif, efektif dan efisien yang bertujuan menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik melalui berbagai sarana kehumasan. Untuk menciptakan citra dan reputasi yang positif, instansi pemerintah.

F. Penelitian Terdahulu

Untuk pertimbangan dalam penelitian, maka perlu dicantumkan beberapa penelitian terdahulu. Adapun penelitian yang relevan dengan penelitian penulis adalah:

1. Ermiyati, 2011, Mahasiswi IAIN Antasari Banjarmasin Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, yang berjudul “Peran Strategis Humas Dalam Membantu Pembangunan Bidang Keagamaan Di Kota Banjarmasin.” Penelitian tersebut lebih membahas tentang bagaimana peran Humas Pemerintah Kota Banjarmasin dalam membantu kinerja Pemerintah Kota Banjarmasin.
2. Debi Agus Mayanti, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri AR-Raniry Banda Aceh, yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Banda Aceh dalam Mewujudkan Model Kota Madani.” Kemiripan dengan penelitian ini adalah segi teori, skripsi ini menggunakan teori strategi humas yang juga akan

digunakan peneliti untuk skripsinya. Perbedaannya adalah segi objek penelitian dan beberapa teori lainnya.

3. Erwanda Selviana, 2019, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo, yang berjudul “Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Ponorogo dalam Mempromosikan Program Tahun Wisata.” Penelitian tersebut sama-sama menggunakan teori strategi komunikasi, akan tetapi lebih fokus pada strategi komunikasi humas Pemerintah Kota Banjarmasin, sedangkan peneliti ingin meneliti tentang strategi komunikasi yang digunakan oleh Humas Pemerintah Kota Madiun.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini akan penulis sajikan dalam lima bab, diantaranya sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN, berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.
2. BAB II KAJIAN TEORI, terdiri dari kajian teori mengenai strategi, humas, citra, serta humas Pemerintah Kota Banjarmasin.
3. BAB III METODE PENELITIAN, berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.
4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, berisi data tentang gambaran umum pemerintah Kota Banjarmasin, penyajian data serta pembahasan.

5. BAB V PENUTUP, sebagai akhir dari penelitian bab ini terdiri dari simpulan dan rekomendasi.