

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS EKSTERNAL DALAM PELAYANAN PUBLIK DI KORPRI KELURAHAN BUGIS KECAMATAN SAMARINDA ULU

Elis Widiyawati.²

Abstrak

Pelaksanaan Komunikasi Humas Eksternal dalam Pelayanan Pulik telah berjalan sesuai dengan media Humas yang ada dilihat dari beberapa indikator yaitu penggunaan media Kontak pribadi, Press relation, Media Komunikasi dan informasi lainnya. Jenis penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah jenis studi deskriptif kualitatif, dimana penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang bersifat umum terhadap kenyataan sosial yang berkembang di wilayah tersebut. Dengan menggunakan informan sebagai sumber data yang didukung oleh data-data dokumen internal sebagai pelengkap. Kemudian teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif dengan model interaktif dari Matheww B. Miles dan A. Michael Huberman. Penelitian dilakukan pada bulan April 2013 sampai dengan Mei 2013, dan dilaksanakan di Dinas KORPRI Kota Samarinda. Penerapan yang dilakukan ternyata tidak berjalan dengan baik. komunikasi Humas Eksternal dalam meningkatkan pelayanan publik di KORPRI Strategi yang dilakukan oleh humas KORPRI dapat dinilai kurang efektif bila tidak mengetahui informasi lewat media informasi yang dipakai oleh humas KORPRI dalam mensosialisasikan informasinya. Tetapi, pelayanan publik yang dilakukan oleh humas KORPRI yang memberikan pelayanan sebaik mungkin cukup efektif dan dapat memuaskan para anggota KORPRI yang membutuhkan bantuan pada system pelayanan yang ada di sekretariat KORPRI.

Keyword : *Komunikasi humas eksternal, Pelayanan publik*

Pendahuluan

Sekretariat Dewan Pengurus Provinsi KORPRI Kalimantan timur adalah lembaga kesekretariatan Dewan Pengurus Provinsi KORPRI Kalimantan Timur. Lokasi sekretariat KORPRI berada di jalan Bayangkara No. 60 Kota Samarinda Kampung Bugis / Kelurahan Bugis Kecamatan Ulu di atas areal tanah seluas 2 hektar (ha) dengan kontruksi gedung kantor, aula dan sarana

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: elis_widiya@yahoo.com

pendukung lainnya terbuat secara permanen serta secara geografis berada di atas kawasan pusat kota. Lagi pula, kapasitas daya tampung aula sebanyak 200 orang. Dalam rangka optimalisasi pelaksanaan tugas pemberian dukungan teknis operasional dan administrasi terhadap KORPRI perlu dibentuk organisasi dan tata kerja sekretariat Dewan pengurus Provinsi KORPRI Kalimantan Timur. Korps Pegawai Republik Indonesia merupakan suatu organisasi profesi beranggotakan seluruh Pegawai Negeri Sipil baik Departemen maupun Lembaga Pemerintah non Departemen. Korpri berdiri berdasarkan Keputusan Presiden Nomor: 82 Tahun 1971, 29 November 1971. Korpri dibentuk dalam rangka upaya meningkatkan kinerja, pengabdian dan netralitas Pegawai Negeri, sehingga dalam pelaksanaan tugasnya sehari-hari lebih dapat brdayaguna dan brhasil guna. Eselonisasi jabatan struktural yang ada di sekretariat Dewan pengurus provinsi KORPRI Kalimantan Timur dan status pegawai negeri sipil yang dipekerjakan yang ada dilingkungan sekretarian dewan pengurus provinsi KORPRI Kalimantan Timur yaitu ditugaskan secara penuh dan diangkat dalam jabatan struktural sudah ada penerapan dari pemerintah.

Adanya sekretariat KORPRI sebagai wadah atau tempat sesama pegawai negeri sipil berhimpun dalam wadah persatuan dan kesatuan KORPRI dan sebagai wadah pembinaan jiwa KORPS dalam rangka membangun sikap, tingkahlaku, etos kerja, dan perbuatan terpuji yang harus dilakukan setiap pegawai negeri sipil dalam melaksanakan tugas kedinasan maupun sebagai aparatur negara, abdi negara, dan abdi masyarakat. Sekretariat KORPRI mempunyai peranan yang strategis dalam partisipasi roda pembangunan di Provinsi Kalimantan Timur terutama pembangunan sumber daya anggota korpri yang netral dan profesional seta menjunjung tinggi semangat korpri yang berlandaskan pada undang undang dasar 1945, pancasila, sapta prasetia korpri, profesionalisme, dan netral.

Salah satu bentuk upaya pemerintah dalam hal ini pemerintah daerah Provinsi Kalimantan timur pembentukan sekretariat Dewan Pengurus Provinsi KORPRI Kalimantan timur Untuk menangani bidang kesejahteraan, pelayanan, perlindungan dan bentuk hukum serta bertanggung jawab mengelai perubahan dan kemajuan nasib anggota korpri / keluarga dan pensiunan PNS. Berdasarkan hasil dan pembahasan Pada penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa Humas sekretariat KORPRI memiliki beberapa strategi dalam pelayanan publik. Melalui penelitian ini, Strategi yang dilakukan oleh humas KORPRI dapat dinilai kurang efektif dila tidak mengetahui informasi lewat media informasi yang dipakai oleh humas KORPRI dalam mensosialisasikan informasinya. Tetapi, Strategi pelayanan publik yang dilakukan oleh humas KORPRI yang memberikan pelayanan sebaik mungkin cukup efektif dan dapat memuaskan para anggota KORPRI yang membutuhkan bantuan pada system pelayanan yang ada di sekretariat KORPRI.

Teori dan Konsep

Suatu penelitian memerlukan adanya kerangka dasar teori sebagai landasan penelitian. Teori-teori yang sesuai sangat diperlukan sebagai dasar untuk menguraikan variabel dan berikut ini penulis akan mengemukakan landasan teori yang merupakan kerangka umum untuk mendasari pemikiran teoritis dalam usaha pemecahan masalah yang telah dikemukakan pada bagian-bagian terdahulu.

Pengertian Strategi

Setiap perusahaan atau instansi memiliki perencanaan kegiatan yang disebut strategi sebagai hal yang sangat penting, strategi menjadi penting karena memberikan fokus terhadap usaha yang dilakukan perusahaan atau instansi tersebut, fokus terhadap setiap usaha yang dilakukan akan sangat membantu untuk mendapatkan hasil maksimal serta memandang jauh ke masa depan.

Strategi menjadi hal yang penting dikerjakan perusahaan atau instansi untuk kelancaran dalam berkomunikasi mengenai usaha-usaha yang dilakukan.

Gregory (2004: 98) mengatakan, “strategi adalah pendekatan keseluruhan untuk suatu program atau kampanye, strategi adalah faktor pengkoordinasi, prinsip yang menjadi penuntun, ide utama, dan pemikiran dibalik program taktis”.

Cuttip.dkk (2006: 353) mendefinisikan. “strategi merupakan penentuan tujuan dan sasaran usaha jangka panjang yang di adopsi upaya pelaksanaan dan alokasi sumberdaya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut”.

Pengertian Strategi Komunikasi

Menurut Ahmad S. Adnanputra yang dikutip oleh Ruslan (2002: 120). “Strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana suatu produk dari suatu perencanaan (*planning*). Yang pada akhirnya perencanaan adalah suatu fungsi dasar dari proses manajemen”.

Sedangkan Suryadi (2007: 28) berpendapat sebagai berikut.

Strategi Komunikasi adalah bagian dari fungsi manajemen dan proses pengambilan keputusan. Yang didasarkan perencanaan matang dalam hal mengidentifikasi masalah, pengumpulan data, mempertimbangkan alternatif, dan menentukan tindakan. Komunikasi strategi berakar pada misi organisasi mulai dari mereka yang berada pada garis bawah. Garis bawah tersebut terletak jauh dari pada hal-hal yang berkenaan dengan uang yang dihasilkan atau diperoleh, akan tetapi berfokus pada tujuan atau fundamental perusahaan.

Sedangkan Ruslan (2000: 31) mengatakan. “Strategi Komunikasi adalah suatu perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu dalam praktik operasionalnya”.

Tujuan Strategi Komunikasi menurut R. Wayne, dkk. Yang dikutip oleh Ruslan (2000: 31) adalah sebagai berikut:

- a. *To secure understanding*
Untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi.
- b. *To establish acceptance*
Bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik.
- c. *To motive action*
Penggiatan untuk motivasinya.
- d. *The goals which the communicator sought to achieve*
Bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.

Sedangkan menurut Cuttliip, dkk. Yang dikutip oleh Ruslan (2002: 110), pelaksanaan strategi komunikasi Humas dikenal dengan istilah “7-Cs PR communications” yang dijelaskan dan dijabarkan sebagai berikut:

1. *Credibility*
2. *Contex*
3. *Content*
4. *Clarity*
5. *Continuity and Consistency*
6. *Channels*
7. *Capability of The Audience*

Berdasarkan definisi tentang strategi komunikasi yang telah dijelaskan dan dipaparkan oleh beberapa ahli, maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa strategi komunikasi bertujuan untuk menyusun suatu perencanaan dan manajemen agar terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi, sehingga setiap pesan dapat diterima dengan baik dan memberikan motivasi untuk mencapai suatu tujuan yang dapat disampaikan oleh pihak komunikator untuk melayani para publiknya

Definisi Humas Eksternal

Sebelum membahas lebih jauh tentang humas eksternal, maka terlebih dahulu akan dijelaskan definisi dari Hubungan Masyarakat. *International Public Relations Associations (IPRA)* memberikan definisi resmi tentang Hubungan Masyarakat (Rumanti 2002: 11) Sebagai berikut.

Hubungan Masyarakat merupakan fungsi manajemen yang khas yang mendukung pembinaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya mengenai komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama, melibatkan manajemen dalam permasalahan dan persoalan; membantu manajemen memberikan penerangan dan tanggapan dalam hubungan

dengan opini publik; menetapkan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum; menopang manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai sistem peringatan yang dini dalam membantu mendahului kkecendrungan dan menggunakan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.

Effendi (1993: 115) menjelaskan definisi hubungan masyarakat menurut pendapat Cuttip, dkk. Sebagai berikut.

Hubungan Masyarakat adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tatacara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik.

I Gusti Ngurah Putra (1999: 4) menjelaskan definisi mengenai Hubungan Masyarakat yang melalui kata kunci oleh Wilcox, dkk. sebagai berikut:

- 1) *Deliberate*
- 2) *Planned*
- 3) *Performance*
- 4) *Publik Interest*
- 5) *Two Way Communication*
- 6) *Management Function*

Menurut Anggoro (2000: 130), “Humas Eksternal adalah segenap kegiatan humas yang diarahkan pada khalayak di luar perusahaan (masyarakat, agen, organisasi yang bersangkutan”.

Menurut Abdurrachman (2001: 38), “Tujuan Humas Eksternal adalah untuk mengeratkan hubungan dengan orang-orang di luar badan/instansi hingga terbentuk suatu badan/instansi”.

Berdasarkan berbagai pendapat praktisi humas eksternal mengenai definisi humas eksternal dapat disimpulkan bahwa humas eksternal adalah bagian perusahaan yang melaksanakan fungsi manajemen dengan penelitian, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan melaksanakan komunikasi dua arah antara perusahaan dan publik, serta humas eksternal melakukan kegiatan program kerja untuk kepentingan perusahaan dan kepentingan publik agar tercapai pengertian dan keuntungan antara kedua belah pihak.

Humas Eksternal berfungsi untuk memmberikan pesan-pesan sesuai dengan kebijaksanaan dan tujuan dari suatu lembaga atau organisasi yang bersngkutan terhadap kepentingan masyarakat sebagai khalayak sasaran.

Pengertian Strategi Komunikasi Humas Eksternal:

Strategi komunikasi humas eksternal adalah segenap kegiatan humas yang diarahkan pada khalayak luar (masyarakat, agen, konsumen, pemerintah, dan sebagainya) dengan membuat suatu perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu dalam praktik oprasionalnya.

Strategi komunikasi humas eksternal menurut Abdurrachman (2001: 40) dapat diselenggarakan melalui:

1. Kontak Pribadi (*Personal Contact*)
2. *Press Release*
3. *Press relation*
4. *Press conference* dan *press briefing*
5. *Publicity*
6. Radio dan Televisi
7. Film
8. Media komunikasi dan informasi lainnya

1.1.1 Pengertian Pelayanan publik

Menurut Pasolong (2007: 128), “pelayanan adalah aktivitas seseorang, sekelompok orang, dan organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan”. Sedangkan menurut Suryadi (2007: 1), “publik adalah sekelompok orang yang memiliki kepentingan yang sama terhadap perusahaan (organisasi), saling memahami signifikansi masing-masing, dan membuat rancangan untuk mencapai kepentingan tersebut”.

Sedangkan beberapa pendapat yang diketemukan para ahli tentang publik dalam Rachmadi (1993: 11), adalah sebagai berikut:

- a. Emery Bogardus, publik adalah sejumlah orang yang bersatu melalui suatu ikatan dann mempunyai pendirian yang sama terhadap suatu masalah social.
- b. Drs. J. Basf Mayor Polak, publik adalah sejumlah orang yang mempunyai minat yang sama terhadap suatu bidang atau persoalan tertentu.
- c. Herbert Blumer, istilah publik dapat digunakan untuk menyebutt orang yang dihadapkan pada suatu persoalan, berbagai pendapat mengenai cara memecahkan persoalan itu, dan ikut terlibat dalam diskusi mengenai persoalan tersebut.

Dalam buku Suryadi (2007: 9), menjelaskan bahwa untuk membedakan publik dapat dikelompokkan menjadi empat bagian sebagai berikut:

1. Konsumen adalah publik yang menerima produk atau jasa dari perusahaan tertentu, misalnya konsumen dan calon konsumen, pembeli, klien, pelajar, dan pasien.

2. Produsen adalah publik yang memberikan input perusahaan meliputi karyawan dan sukarelawan.
3. Perancang adalah publik yang berfungsi dalam pengaturan melalui *setting* norma bagi perusahaan, seperti asosiasi profesional atau departemen pemerintah, dan
4. Pembatas adalah publik yang dalam kondisi tertentu mampu mengurangi atau menghambat keberhasilan perusahaan seperti kompetitor, pesaing, dan kekuatan lain yang berbahaya.

Pasolong (2007: 128), menerangkan bahwa pengertian pelayanan publik menurut Sinambela adalah, “sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah terhadap sejumlah manusia yang memiliki setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terkait pada suatu produk secara fisik”.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas mengenai pelayanan publik dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik merupakan pemberian pelayanan (melayani) keperluan orang lain atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada instansi sesuai dengan apa yang menjadi aturan pokok dan tata tertib instansi tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Pemaparan dari sub bab berikut akan menyajikan data yang telah dikumpulkan selama penelitian mengenai Strategi Komunikasi Humas Eksternal dalam Pelayanan Publik di KORPRI Kelurahan Bugis Kecamatan Samarinda ulu.

Penelitian mengenai Strategi Komunikasi Humas Eksternal dalam pelayanan public di KORPRI berfokus pada kontak pribadi (personal contact), press relation, press conference dan press briefing, penggunaan media radio dan televise serta media komunikasi dan informasi yang lainnya

Untuk membahas permasalahan yang telah diuraikan dalam penelitian ini, maka semua data dan informasi yang telah diperoleh akan dianalisa dan dibahas dari setiap fokus yang merupakan pokok-pokok dari penelitian ini.

Bagaimana Strategi Komunikasi Humas Eksternal dalam Pelayanan Publik di KORPRI Kelurahan Bugis, Kecamatan Samarinda Ulu serta Kendala apa yang di hadapi dalam strategi Komunikasi Humas Eksternal dalam Pelayanan Publik di KORPRI menjadi fokus utama pada penelitian ini.

Strategi komunikasi humas eksternal adalah segenap kegiatan humas yang diarahkan pada khalayak luar (masyarakat, agen, konsumen, pemerintah, dan sebagainya) dengan membuat suatu perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu dalam praktik oprasionalnya.

Strategi komunikasi humas eksternal menurut Abdurrachman (2001: 40) dapat diselenggarakan melalui:

1. Kontak Pribadi (Personal Contact)
2. Press Release
3. Press relation
4. Press conference dan press briefing
5. Publicity
6. Radio dan Televisi
7. Film
8. Media komunikasi dan informasi lainnya

Tetapi pada penelitian ini hanya kontak pribadi (personal contact), press relation, dan media komunikasi dan informasi lain saja yang menjadi fokus penelitian yang akan dibahas pada sub bab ini.

1. Kontak Pribadi

Kesigapan para staff humas KORPRI ataupun staff yang lain dalam pelayanan publik, menjadi salah satu strategi utama yang dilakukan oleh humas eksternal sekretariat KORPRI

Pada penelitian yang telah dilakukan, melalui hasil wawancara dengan pengunjung dan staf humas sekretariat korpri, menunjukkan keberhasilan humas sekretariat KORPRI dalam menjalankan strategi tersebut. Humas sekretariat KORPRI yang mengutamakan kenyamanan dan memberikan pelayanan yang terbaik dalam upaya membangun kepercayaan dan kepuasan pengunjung, memberikan kesan tersendiri pada pelanggannya.

Strategi yang dilakukan oleh humas sekretariat KORPRI ini bukannya tanpa celah, masih ada beberapa kendala yang dihadapi oleh humas KORPRI dalam melakukan pelayanan publik, seperti misalnya kurangnya personil serta peralatan yang menunjang kinerja pelayanan publik di sekretariat KORPRI, masih menjadi bahan pemikiran yang harus diperhatikan agar pelayanan publik di sekretariat korpri menjadi lebih optimal.

2. Perss Relation

Menjalin kerjasama dengan media yang rutin dilakukan oleh humas KORPRI merupakan strategi yang kurang cermat dilakukan untuk memudahkan publik dalam mengakses informasi tentang sekretariat KORPRI. Kurang banyaknya pengunjung atau pelanggan sekretariat KORPRI yang mengetahui tentang sekretariat KORPRI melalui media yang digunakan untuk

kerjasama menandakan kurang berhasilan humas KORPRI dalam melakukan setrategi ini.

Kerjasama yang dilakukan ini masih sebatas media elektonik belum menyentuh kedia cetak, seandainya pihak humas sekretariat KORPRI juga menjalin kerja sama dengan media cetak, pasti dampaknya akan jauh lebih baik mengingat banyaknya animo pembaca surat kabar serta majalah yang ada di Kalimantan Timur.

Bukan Cuma itu, jalilan kerja sama dengan media elektronik yang lain dirasa masih juga harus ditingkatkan, mislnya seperti kerjasama dengan stasiun tv dan radio swasta yang juga banyak penikmatnya, juga dirasa perlu diperhatikan mengingat masyarakat dewasa ini lebih banyak menikmati siaran stasiun tv atau radio swasta ketimbang stasiun nasional.

Kerjasama dengan press DISKOMINFO berjalan cukup baik dan efektif, hasil dari press confrence dan press brifing disajikan lewat situs resmi DISKMINFO secara gamblang dan mudah dimengerti, strategi humas KORPRI ini dinili cukup cerdas mengingat pada masa sekarang sangat mudah untuk mengakses internet, pada massa sekarang di setiap kantor pemerintahan ataupun swasta dapat dipastikan memiliki pasilitas untuk mengakses internet dengan mudah. Bahkan untuk di rumah,beberapa perusahaan telekonunikasi telah menyediakan fasilitas untuk mengakses internet dengan biaya yang terhitung masih terjangkau, contohnya seperti speedi dan modem internet yang dapai disambungkan dengan perangkat computer atau laptop di tempat masing-masing. Belum lagi perangkat canggih yang dipasang pada hand phon untuk memudahkan penggunaanya dalam mengakses internet, hamper semua mnusia dibumi ini memiliki handphon dan mungkin separuhnya memiliki smart phon yang dapat mengakses internet dengan mudah. Jika semua itu masih belum bias dijangkau masih ada lagi fasilitas yang memudahkan seseorang untuk mengakses internet, bertebarannya banyak warnet (warung internet) di pinggir-pinggir jalan juga dapat membantu dalam penggunaan fasilitas internet, dengan biaya Rp3000,- - Rp4000,- /jam, sudah dapat mengakses apasaja yang tersedia di fasilitis internet.

Akan tetapi alangkah lebih baik jika press confrence dan press briefing yang dilakukan humas sekretariat KORPRI juga dilakukan pada press media-media cetak dan elektronik yang lain, contohnya seperti koran kaltim post, samarinda post, tribun dan lain sebagainya juga dengan press stasiun televisi swasta lain sseberti tepian chenel, kaltim TV, balikpapan TV bahkan tidak menutup kemungkinan akan lebih baik jika humas sekretariat KORPRI melakukan press conference dan press briefing dengan press telivisi swasta nasional seperti RCTI, SCTV, bahkan TV ONE yang sekarang lebih banyak dinikmati oleh masyarakat luas.

3. Media komunikasi dan informasi lainnya

Penggunaan media lain seperti media cetak yang sering digunakan untuk media komunikasi dan informasi yaitu, surat kabar (Koran), majalah, bulletin dan tabloid ada juga media cetak yang lebih simple contohnya seperti brosur, leaflet, poster dan sepanduk. Bahkan sekarang ada media cetak yang berukuran cukup besar seperti baleho dan billboard dan masih ada lagi yang lainnya, belum dioptimalkan oleh humas sekretariat KORPRI untuk menunjang strategi komunikasi dalam pelayanan publik. Ini terlihat dalam penelitian ini tidak ada responden yang mengetahui atau mendapatkan informasi tentang KORPRI dari media-media tersebut.

Jika media-media ini bias lebih di optimalkan oleh humas sekretariat KORPRI akan dapat lebih membantu dalam proses sosialisasi atau promosi kinerja atau bidang pelayanan yang ada di sekretariat KORPRI. Jika optimalisasi penggunaan media-media ini sudah dijalankan dengan baik serta didistribusikan secara tepat akan membawa dampak yang positif dalam hal penambahan jumlah pengunjung atau pelanggan yang ingin menggunakan fasilitas pelayanan sekretariat KORPRI yang disediakan. Jika hal ini telah terwujud maka bias dikatakan strategi promosi dan sosialisasi yang dilakukan oleh humas sekretariat KORPRI berhasil dengan baik.

Kesimpulan

- Disimpulkan bahwa sistem pelayanan yang dilakukan oleh humas KORPRI sebagai salah satu strategi dalam pelayanan publik dirasa sudah cukup efektif dilakukan, dilihat dari tingkat kepuasan responden pada penelitian ini.
- Sedangkan untuk penggunaan media sebagai sarana penyampaian pesan dan informasi sebagai strategi dalam pelayanan publik, dirasa kurang efektif mengingat masih ada beberapa kelemahan dimana peran media elektronik swasta dan media cetak seperti Koran, majalah dan bulletin atau bahkan sepanduk, baliho dan lain sebagainya masih belum dimaksimalakan.

Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka penulis mencoba untuk memberikan beberapa masukan yang berupa saran untuk strategi komunikasi humas KORPRI dalam pelayanan publik. Masukan yang diberikan ini semoga dapat membantu kinerja humas KORPRI dalam melaksanakan programnya dalam melayani dan mensosialisasikan program-program dari sekretariat KORPRI. Saran-saran yang dapat diberikan penulis antarlain yaitu :

1. Optimalisasi peran media yang digunakan untuk ajang mensosialisasikan program sekretariat KORPRI dirasa masih sangat perlu ditingkatkan.
2. Sosialisasi tentang program pelayanan masyarakat selain layana kesehatan, misalnya seperti lembaga bantuan hukum dan yang lainnya juga dianggap peneliti masih sangat perlu di maksimalkan.

Daftar Pustaka

- Abdurrachman, Oemi 2001, *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Anggoro, M Linggar, 2000. *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Cuttlip, M Scott, cs. 2000. *Effectivitas Public Relations 8th Edition*. New Jarsey: Prentice hall International
- Cuttlip, M Scoot, cs . (2006). *Effectuvitas Public Relations 9th Edition*. Jakarta:Kencana
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Human Relation dan Public Relations Dalam Manajemen*. Bandung: Mandar Maju.
- Faisal, Sanafiah, 2005. *Format-Format Penelitian Sosial*. Jakarta: RajaGrafindoPersada.
- Gregory, Anne. 2004. *Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Nazir, M.1988. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Putra, I Gusti Ngurah. 1999. *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Grasindo.
- Pasolong, Harbani. 2007. *Teori Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Ruslan, Rosady. 2000. *Kiat dan Stretegi Kampanye Public Relations*. Jakarta:RajaGrafindo Persada.
- _____, 2001. *Etika Kehumasan konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- _____, 2002. *Manajemen Humas dan Komunikasi Konsepsi dan Aplikasinya*. Jakarta: RajaGrafindo.
- Rumanti, Maria Assumpta. 2002. *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktek*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta
- _____, 2007, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadi. 2007, *Starategi Mengelola Public Relations Organisasi*. Jakarta: EdsaMahkota.