

Peranan Humas Pemerintah Dalam Membangun Citra Melalui Slogan “Gerbang Raja” Di Kabupaten Kutai Kartanegara

Maisye Elvisa¹

Abstrak

Artikel ini menjelaskan peranan humas pemerintah dalam membangun citra melalui slogan “Gerbang Raja” di Kabupaten Kutai Kartanegara. Dalam hal ini Gerbang Raja merupakan suatu program pembangunan yang digagas oleh kesultanan humas Pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara kepada bupati terpilih yaitu Rita Widyasari, S.Sos, MM. Dan juga sebagai pembuktian dari bupati terpilih yang dipaparkan dalam artikel ini bersumber dari penelitian lapangan selama bulan Agustus 2013 di Kantor Humas & Protokol Kabupaten Kutai Kartanegara.

Kata Kunci: Peranan Humas, Peranan Humas Pemerintah Dalam Membangun Citra

Pendahuluan

Peran humas dalam sebuah organisasi sangatlah penting. Dalam riset tentang kegiatan humas (*public relations*), ada dua peran besar yang secara konsisten muncul dalam kegiatan humas yaitu peran sebagai teknisi dan manajemen. Peran sebagai teknisi mewakili seni dari humas seperti menulis, mengedit, mengambil foto, menangani produksi komunikasi, membuat *event* spesial, dan melakukan kontak telepon dengan media. Peran sebagai manajer berfokus pada kegiatan yang membantu organisasi dalam mengidentifikasi dan memecahkan masalah terkait humas.

Demikian juga halnya dengan humas pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara, yang membangun citra dan reputasi yang baik untuk Kabupaten Kutai Kartanegara melalui Slogan Gerbang Raja. Dalam hal ini Gerbang Raja merupakan suatu program pembangunan yang digagas oleh kesultanan humas Pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara kepada Bupati Kutai Kartanegara yang terpilih yaitu Rita Widyasari, S.sos, MM pada Mei tahun 2010 lalu yang juga merupakan putri dari mantan Bupati H. Syaukani HR. dan dilantik sebagai Bupati Kutai Kartanegara pada 30 juni 2010. Dan juga sebagai pembuktian dar Bupati terpilih untuk membuktikan

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: icha.elvisa@gmail.com

bahwa isu yang beredar saat itu tidaklah benar dimana Ibu Rita Widyasari, S.sos, MM selaku Bupati terpilih memperoleh jabatan Bupati sebagai jabatan warisan dari ayahanda beliau H. Syaukani HR Bupati terdahulu,. Melalui konsep “Gerbang Raja” ini Bupati terpilih akan mengakomodir berbagai kepentingan dan aspirasi masyarakat diberbagai bidang.

. Humas mengupayakan berbagai cara untuk menciptakan dan mempertahankan hubungan baik antara pemerintah dan masyarakat sehingga masyarakat bersedia berpartisipasi dalam program yang dicanangkan pemerintah. Melakukan berbagai upaya alam mensosialisasikan slogan “Gerbang Raja” dengan tujuan memberikan motivasi masyarakat untuk berpartisipasi dalam memajukan kabupaten Kutai Kartanegara dan membangun citra pemerintah sebagai lembaga yang mengedepankan kepercayaan dan kebersamaan dengan masyarakatnya.

Kerangka Dasar Teori

1. Pengertian Komunikasi

Menurut Gitosudarmo dan Sudita (2000:197) : “Komunikasi didefinisikan sebagai penyampaian atau pertukaran informasi dari pengirim kepada penerima baik lisan, tertulis maupun menggunakan alat komunikasi”.

Komunikasi, sebagai suatu proses dengan mana orang-orang bermaksud memberikan pengertian-pengertian melalui pengiringan berita simbolis, dapat menghubungkan para anggota berbagai satuan organisasi yang berbeda dan bidang yang berbeda pula, sehingga sering disebut rantai pertukaran informasi.

Konsep ini mempunyai unsur-unsur :

1. Suatu kegiatan untuk membuat seseorang mengerti.
2. Suatu sarana pengaliran informasi.
3. Suatu system bagi terjalannya komunikasi diantara individu-individu.

Pandangan tradisional tentang komunikasi telah banyak diubah oleh perkembangan teknologi, yaitu bahwa komunikasi tidak hanya terjadi antara dua atau lebih individu, tetapi mencakup juga komunikasi antara orang-orang dan mesin-mesin, dan bahkan antara mesin dengan mesin lainnya. Komunikasi dapat terjadi karena adanya komponen-komponen, yaitu komunikator yang mengirimkan pesan yang diekspresikan (*encoded*) melalui berbagai lambang dalam bentuk bahasa. Selanjutnya pesan disampaikan melalui perantara yaitu media komunikasi. Pesan diterima oleh penerima pesan (*recipients*) yang selanjutnya pesan tersebut ditafsirkan (*decoded*). (Umar, 2005:26).

2. Hubungan Masyarakat (Humas)

Harlow dalam Ruslan (2007: 16) menyatakan bahwa hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktifitas komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerjasama yang melibatkan manajemen dalam menghadapi opini publik, mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai system peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penelitian secara teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.

Menurut Kriyantono (2008:20) ruang lingkup kegiatan humas secara sederhana pekerjaan yang biasa dilakukan humas pemerintah dapat disingkat menjadi PENCILS, yaitu :

1. *Publication* dan *Publicity*
2. *Events*
3. *News*
4. *Community Involvement*
5. *Identity-Media*
6. *Lobbying*
7. *Social Investment*

3. Humas Pemerintah

Definisi humas pemerintahan menurut Ruslan (2007;107) yaitu tidak ada sesuatu yang diperjual belikan 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 melaksanakan kegiatan kampanye publikasi, promosi pemasaran, dan periklanan, namun hal tersebut lebih menekankan pada bentuk *public service* demi kepentingan pelayanan umum (masyarakat).

Humas pemerintahan merupakan segenap tindakan yang dilakukan oleh suatu instansi dalam usaha membina hubungan yang harmonis dengan masyarakat dan membina martabat instansi dalam pandangan masyarakat, guna memperoleh pengertian, kepercayaan, kerjasama dan dukungan dari masyarakat dalam pelaksanaan tugas pokok dan fungsinya. Dalam pemerintahan, humas sering disebut sebagai “sekretaris pers”, bertugas menginformasikan pada publik mengenai aktifitas yang dilakukan pemerintah dan pejabat-pejabat. Humas juga berurusan dengan publisitas institusi, serta berurusan dengan semua aspek pekerjaan. Humas akan menghubungi orang-orang, merencanakan dan melakukan penelitian dan menyiapkan material untuk distribusi. Humas juga mengurus pekerjaan

advertising atau promosi untuk mendukung kegiatan sosialisasi kebijakan pemerintah.

4. Citra

Citra adalah persepsi masyarakat tentang lembaga yang menyangkut pelayanan, kualitas, budaya kerja, perilaku individu-individu dalam lembaga tersebut dan lainnya. Pada akhirnya persepsi akan mempengaruhi sikap masyarakat, apakah mendukung, netral atau memusuhi.

Menurut Jefkins dalam Ardianto (2009:136) ada beberapa jenis citra (*image*) yang dikenal di dunia aktivitas hubungan masyarakat yaitu:

1. Citra Bayangan (*Mirror Image*)
2. Citra Kini (*Current Image*)
3. Citra yang diinginkan (*Wish Image*).
4. Citra Perusahaan/Lembaga (*Corporate Image*)
5. Citra Serbaneka (*Multiple Image*)
6. Citra Penampilan (*Performance Image*)

Slogan Gerbang Raja

Gerbang raja adalah suatu program pembangunan. Gerbang Raja merupakan akronim dari gerakan pembangunan rakyat sejahtera, Gerbang Raja memiliki arti/makna khusus yaitu terdiri dari dua kosa kata yaitu Gerbang dan Raja. Gerbang di artikan sebagai pintu depan atau pintu pengantar dan Raja di maknakan sebagai kesejahteraan. Dengan demikian makna Gerbang Raja dapat diartikan sebagai pintu depan atau pintu pengantar kearah kesejahteraan. Kesejahtera dalam Gerbang Raja merupakan wujud keyakinan untuk membangun kebanggaan masa depan bagi rakyat dan masyarakat Kutai Kartanegara.

Metode Penelitian

Terdapat misi baru yang belum ditegaskan oleh pemerintahan sebelumnya, yakni penciptaan lapangan kerja dan pembangunan berwawasan lingkungan. Sedangkan yang khas, peningkatan peran dan partisipasi perempuan ditempatkan sebagai salah satu misi yang harus dicapai. Bisa dikatakan pemberdayaan perempuan dalam pemerintahan Gerbang Raja ini bukan hanya sekedar keinginan, atau sekedar bagian dari capaian pembangunan daerah melalui sebuah program yang umum sifatnya. Tapi pemberdayaan perempuan menjadi salah satu sasaran independen yang harus dicapai.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian *deskriptif* dengan melakukan pendekatan *kualitatif*

2. Fokus Penelitian

Peranan Humas Pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara dalam membentuk citra melalui slogan Gerbang Raja dengan menitikberatkan pada teori Laswell (Serverin & Tankard, 2001 : 55) sebagai berikut :

- a. *Communicator* (Komunikator)
- b. *Message* (Pesan)
- c. *Media* (Media)
- d. *Receive* (Penerima)
- e. *Effect* (Efek)

3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (a) Informan/narasumber; (b) Kegiatan atau aktivitas; (c) Dokumen/arsip

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah; (a)Wawancara/*Interview*; (b) Observasi

5. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang di kembangkan oleh Miles dan Huberman terjemahan Sugiyono (2006:16) dengan menggunakan analisis data model interaktif, yaitu; (a) reduksi data; (b) penyajian data; (c) menarik kesimpulan/verivikasi.

Hasil Penelitian

1. Komunikator

Dalam rangka untuk mensosialisasikan Program Pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara di Era kepemimpinan Bupati Rita Widyasari, atau yang lebih akrab di sebut dengan sebutan Program Gerbang Raja, Saat ini Humas senantiasa membuka diri bagi setiap kalangan baik Internal dan juga Eksternal, hal ini kita lakukan, agar pertukaran informasi mengenai implementasi Program Gerbang Raja tersebut dapat berjalan dengan baik dan efektif. Karena, setiap informasi yang diberikan kepada kami, akan sangat berguna bagi evaluasi program pemerintah yang saat ini sedang berjalan (Wawancara, 05 Agustus 2013).

Sejauh ini, kegiatan yang kami lakukan adalah terdiri dari kegiatan yang berhubungan dengan tugas keprotokolan, pemberitaan dan juga data informasi. Ke tiga kegiatan tersebut, dipimpin oleh masing-masing Kepala Sub Bagian, hal ini dilakukan agar kegiatan Pemerintah, Khususnya di bidang kehumasan dapat berjalan dengan efektif. Selain itu, kita juga menyediakan bahan bacaan mengenai Gerbang Raja melalui media cetak, kerjasama dengan media elektronik baik lokal maupun nasional dan media

lainnya. Selain itu, kita juga memanfaatkan teknologi komunikasi dalam rangka meningkatkan sumber daya manusia” (Wawancara 05 Agustus 2013).

2. Pesan

Selalu berupaya mengangkat potensi-potensi atau dampak-dampak pembangunan program Gerbang Raja yang sudah dilakukan termasuk mendorong terciptanya *good government*. (wawancara 25 Agustus 2013).

Langkah-langkah yang dilakukan humas sesuai dibagian pemerintahan mempertajam slogan dan mesosialisasikan release berita yang diterangkan dalam halaman media cetak berita karena humas bekerja sama dengan tv lokal yang melakukan peliputan dan penyiaran kegiatan-kegiatan pemerintah kabupaten yang disiarkan di tv lokal, kemudian data informasi juga melakukan *memback-up* apa yang belum dilakukan sub pemberitaan melakukan kegiatan yang sifatnya *non-ceremonial* atau kegiatan yang berdampak langsung hasil pembangunan terhadap kehidupan masyarakat, yaitu salah satunya menyediakan ruang publikasi, media online, penyediaan website. (wawancara 25 Agustus 2013).

3. Media

Humas memanfaatkan koran sebagai media membangun citra, hal ini didasarkan dengan pertimbangan bahwa surat kabar harian merupakan media cetak yang cukup dekat dengan masyarakat. Untuk mendukung hal tersebut, humas pemerintah kabupaten Kutai Kartanegara menjadikannya media untuk membangun citra Kutai Kartanegara melalui slogan “Gerbang Raja”, sehingga informasi yang berkaitan dengan “Gerbang Raja” diharapkan dapat dimengerti oleh seluruh masyarakat Kabupaten Kutai Kartanegara. (wawancara 10 September 2013).

Dengan adanya perkembangan informasi teknologi (IT) yang semakin pesat telah membantu bagian humas dalam melaksanakan kegiatan publikasi atau menyebarluaskan informasi secara cepat dan tepat. Dalam hal ini, bagian humas pemerintah kabupaten Kutai Kartanegara juga memanfaatkan kemajuan informasi teknologi, salah satunya adalah menggunakan media internet sebagai salah satu media baru dalam penyampaian informasi. (wawancara 10 September 2013).

4. Penerima

Humas pemerintah kabupaten Kutai Kartanegara sebagai penerima aspirasi harus dapat menampung seluruh aspirasi masyarakat Kutai Kartanegara yang bersifat membangun. Dalam hal ini diperlukan langkah-langkah dalam menanggapi opini masyarakat. Dengan memiliki website yang menyediakan semua kebutuhan konten informasi publik yg dibutuhkan masyarakat dan menyediakan media sosial agar masyarakat dapat melakukan komunikasi dengan pemerintah kabupaten Kutai Kartanegara, kemudian melakukan video streaming dalam website yang

dimanfaatkan untuk membangun citra melalui slogan “Gerbang Raja” (wawancara 25 Agustus 2013).

5. Efek

Respon dari pihak terkait dalam program Gerbang Raja sangat baik namun perlunya koordinasi yg lebih tajam lagi kesemua SKPD untuk menyampaikan semua informasi-informasi dalam mendukung program “Gerbang Raja” (wawancara 25 Agustus 2013).

Pengaruh yang ditimbulkan dari program Gerbang Raja positif dilihat dari keberadaan masyarakat yang tidak terjadi gejolak dimana masyarakat telah merasakan sentuhan dari program pemerintah” (wawancara 25 Agustus 2013).

6. Kendala dan Hambatan Humas Pemerintah Dalam Membangun Citra

Humas pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara dalam menjalankan program-programnya juga sering mengalami kendala dan hambatan, kendala tersebut antara lain Jika frekuensi kegiatan sangat padat terkadang sering mengalami kekurangan SDM, hal ini dapat diatasi dgn jalan mengoptimalkan perangkat dan SDM yang didalamnya, kemudian kurangnya ketersediaan SDM yang handal untuk menjabarkan semua informasi atau pengelolaan informasi yg ingin disampaikan kepada masyarakat

Pembahasan

1. Komunikator

Adapun cara yang ditempuh sebagai komunikator oleh humas pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara antara lain melalui media, dalam hal ini menjalin kerjasama dengan media cetak maupun elektronik, serta dengan membuat website yang dilengkapi dengan konten-konten yang dapat memberikan informasi yang lengkap mengenai Kabupaten Kutai Kartanegara serta program-program apa saja yang dirancang dan dilaksanakan oleh pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara, dalam membangun citra melalui program slogan “Gerbang Raja”.

2. Pesan

Penyampain pesan tersebut dapat dilakukan melalui teknik-teknik menulis sehingga dapat menghasilkan produk-produk tulisan yang dapat menjelaskan kekhlayak ramai seperti *Press Release*, *Newsletter*, berita dan lain sebagainya. Adapun berita-berita yang disosialisasikan oleh humas pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara adalah mengenai informasi-informasi kedaerahan seperti pembangunan fasilitas umum maupun program-program pemerintah baik jangka panjang, jangka menengah maupun jangka pendek.

3. Media

Salah satu langkah strategi yang dilaksanakan bagian humas pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara dalam membangun citra melalui slogan “Gerbang Raja” adalah menggunakan media cetak dan elektronik sudah cukup optimal dilaksanakan tetapi tingkat keefektifan antar media yang digunakan memberikan hasil yang berbeda.

1. Media cetak
 - a. Koran
2. Media elektronik
 - a. Internet
 - b. Televisi

4. Penerima

Humas pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara sebagai penerima wadah aspirasi masyarakat harus mampu menampung semua respon masyarakat mengenai citra daerah baik itu positif maupun negative. Dalam hal ini respon dari masyarakat terhadap aplikasi humas pemerintah dari program “Gerbang Raja” adalah positif. Hal ini dapat dilihat dari tidak adanya gejolak yang terjadi dimasyarakat yang yang memprotes program-program yang telah dijalankan oleh humas pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara. Humas Pemerintah Kutai Kertanegara juga telah menyediakan wadah melalui website yang berisi konten-konten yang lengkap serta mampu menampung aspirasi masyarakat guna mensukseskan program “Gerbang Raja”.

5. Efek

Efek dalam hal ini adalah tanggapan dan respon dari masyarakat mengenai kinerja humas pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara dalam membangun citra Kabupaten Kutai Kartanegara melalui slogan “Gerbang Raja”, serta hambatan-hambatan yang dihadapi oleh humas dalam melaksanakan setiap program yang telah direncanakan baik hambatan tersebut berasal dari internal maupun eksternal.

Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian tentang “Peranan Humas Dalam Membangun Citra Melalui Slogan Gerbang Raja Kabupaten Kutai Kartanegara” dalam usahanya untuk membangun citra positif daerah Kutai Kartanegara dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :Sebagai komunikator humas pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara dalam membangun citra Kabupaten Kutai Kartanegara melalui slogan “Gerbang Raja” sudah berjalan dengan baik. Hal ini terbukti dari masyarakat yang ikut mensukseskan program-program humas pemerintah kabupaten Kutai Kartanegara serta updatenya informasi yang diterima masyarakat mengenai

program pembangunan “Gerbang Raja”.Humas Pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara sebagai penyampai pesan maksud dan tujuan dari program slogan “Gerbang Raja” hal ini dapat dilihat dari humas pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara agar masyarakat percaya dan mau ikut serta mensosialisasikan slogan “Gerbang Raja” ke khalayak ramai sebagai salah satu ciri khas daerah sudah cukup baik dilihat dari suksesnya setiap event daerah yang dilaksanakan oleh pemerintah kabupaten Kutai Kartanegara seperti erau, pesta rakyat dan sebagainya.. Ini menandakan bahwa peran humas dalam membangun citra melalui slogan Gerbang Raja di Kabupaten Kutai Kartanegara dapat dikatakan berhasil

2. Saran

1. Perlu adanya pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) humas pemerintahan Kabupaten Kutai Kartanegara karena kurangnya ketersediaan SDM yang handal untuk menjabarkan semua informasi atau pengelolaan informasi yang ingin disampaikan kepada masyarakat.
2. Perlu adanya penambahan media-media lainya agar masyarakat lebih cepat mengetahui informasi mengenai program “Gerbang Raja”
3. Perlu adanya penambahan sarana dan prasarana untuk memaksimalkan kegiatan humas.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. 2009. *Public Relations Praktis*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Gitosudarmo, Indriyo dan I Nyoman Sudita, 2000. *Perilaku Keorganisasian*. Edisi I, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta
- Handoko, T. Hani, 1995. *Manajemen*. Edisi II, Penerbit BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta.
- Hariandja, Marihot, 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Pengadaan, Pengembangan, Pengkompensasian, dan Peningkatan Produktivitas Pegawai)*, Penerbit PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Kusumastuti, Frida. 2004. *Dasar-Dasar Humas*. Malang: Ghalia Indonesia.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nitisemito, Alex, 1992. *Manajemen Personalialia*. Cetakan Ketiga, Penerbit : Ghalia Indonesia, Jakarta.

- Pace, Wayne dan Don F. Faules, 2006. *Komunikasi Organisasi (Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan)*, Penerbit PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Ruslan, Rosady. 2007. *Etika Kehumasan konsepsi & Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Robbins, Stephen P, 1996. *Perilaku Organisasi : Konsep, Kontroversi, dan Aplikasi*. Jilid 2, Edisi Bahasa Indonesia, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Serverin, Werner J. & James Tankard. 2001. *Teori Komunikasi: sejarah metode dan terapan di dalam media massa*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Supratiknya. 1995. *Komunikasi Antar pribadi Tinjauan Psikologis*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Terry, George R, 2006. *Prinsip-Prinsip Manajemen*, Penerbit PT. Bumi Aksara, Jakarta.

Internet

[:http://www.kutaiartanegarab.go.id/index.php/static/sekilas_gerbang_raja/](http://www.kutaiartanegarab.go.id/index.php/static/sekilas_gerbang_raja/)

<http://iisip.ac.id/content/peran-humas-dalam-pencitraan-organisasi>

-