

STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA PROVINSI JAWA TIMUR UNTUK MENINGKATKAN CITRA DI MATA PUBLIK

Wike Mardiana¹
Hamim
Kendry Widiyanto³

ABSTRACT

The purpose of this study is to provide an overview of communication strategy of Public Relations that executed by DinasKomunikasidanInformatika of East Java Province in order to improve positive image according to Two-Way Symetric theory and supporting theory by Harold Lasswell. The writer applies descriptive qualitative method in compiling this thesis. Dinas KomunikasidanInforatika of East Java Province. The purpose of this study is to explain any phenomenon in details by specific data collection. This study describing communication strategy of Public Relations that executed by DinasKomunikasidanInformatikaof East Java Proviencie. The result of study shows that strategy executed by DinasKominfo to improve their image in front of public are by creating website, creating facebook account, and creating twitter account in order to ease public in making any complain and to ease public finding any information. Public Relations DinasKominfo using two approaching strategy including persuasive and educative approaching, and cooperation approaching with internal public and external public.

Keywords : *Public Relations Strategic, Dinas Komunikasi dan Infomatika Provinsi Jawa Timur, Image.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan memberikan gambaran strategi komunikasi Public Relations yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur untuk meningkatkan citra positif di mata publik berdasarkan teori *Two-WaySymetric* dan teori pendukung Harold Lasswell. Penulis dalam pembuatan skripsi menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data diperoleh dari berbagai sumber dan dengan menggunakan berbagai macam teknik pengumpulan data yang dilakukan secara terus menerus. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu dengan pengamatan, wawancara mendalam, dan juga dokumentasi. Data yang dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan tiga informan dari Dinas Kominfo, dan beberapa pengunjung sebagai informan sekaligus untuk menguji keabsahan data. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Objek penelitian ini yaitu Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. (Rachmat Kriyantono, 2007:58). Penelitian ini mendeskripsikan strategi komunikasi Public Relations yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan Dinas Kominfo untuk meningkatkan citra di mata publik dengan pembuatan website, facebook, dan twitter guna mempermudah masyarakat dalam melakukan pengaduan, keluhan, dan mempermudah masyarakat dalam mencari informasi. Public Relations Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur menggunakan dua strategi pendekatan yaitu pendekatan persuasif dan edukatif, pendekatan kerjasama dengan publik internal maupun publik eksternal.

Kata Kunci: Strategi Public Relations, Dinas Komunikasi dan Informatika, Citra.

¹ Wike Mardiana, mahasiswa Prodi S-1 Ilmu Komunikasi, FISIP, Untag Surabaya

² Hamim, dosen Prodi S-1 Ilmu Komunikasi, FISIP, Untag Surabaya

³ Kendry Widiyanto, dosen Prodi S-1 Ilmu Komunikasi, FISIP, Untag Surabaya.

PENDAHULUAN

Strategi komunikasi *Public Relations* tidak cukup jika hanya menanamkan kepercayaan kepada publik saja, namun dengan memberikan citra yang positif itu akan merubah pandangan publik terhadap suatu organisasi, sehingga peran dan fungsi *Public Relations* dalam meningkatkan citra sangat penting bagi suatu perusahaan.

Keberadaan *Public Relations* sangat berperan penting dalam proses komunikasi. *Public Relations* merupakan sebuah seni berkomunikasi dengan publik untuk membangun relasi yang baik, menghindari kesalahpahaman, dan sekaligus membangun citra baik suatu perusahaan atau lembaga. Untuk menumbuhkan citra positif tidaklah mudah, apabila dilihat dengan banyaknya media saat ini yang memberikan informasi yang menyulitkan masyarakat untuk memperoleh informasi terbaru dengan memilah-milah informasi yang akurat dan terpercaya seiring dengan beberapa kasus yang ada pada media-media yang memberikan berita yang kurang tepat. Disinilah peran Dinas Komunikasi dan Informatika menjadi jembatan informasi bagi masyarakat mengenai informasi Pemerintahan Provinsi Jawa Timur.

Dinas Komunikasi dan Informatika memiliki peran yang sangat penting untuk seluruh masyarakat Jawa Timur dan sekitarnya. Karena dengan adanya Dinas Komunikasi dan Informatika ini masyarakat semakin mudah mengakses informasi terbaru dan memudahkan masyarakat untuk menyampaikan keluhan-keluhan yang dirasakan kurang dalam masalah yang mereka hadapi.

Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur sebelumnya memang sudah memiliki citra yang baik di mata publik karena tugas dan fungsi yang dijalankan. Sekarang sudah semakin bertambahnya masyarakat yang mengetahui Dinas Komunikasi dan Informatika ini. Dalam meningkatkan citranya Dinas Kominfo memberikan pelayanan umum yang baik terhadap publiknya, seperti dulunya Dinas ini belum banyak akun media sosial yang dipakai, namun untuk saat ini mulai dikembangkan dengan dibuat akun-akun baru seperti *facebook* dan *twitter*. Masyarakat yang mengirimkan permohonan atau permintaan

melalui media online juga langsung mendapat jawaban dari Dinas Kominfo. Ada juga acara di salah satu stasiun televisi swasta yaitu Ajang Wadul, Ngopi Bareng Pakde Karwodalam salah satu radio, bahwa di acara itu bisa menerima masukan-masukan dari publiknya dan bisa langsung ditanggapi oleh pembicara yang menjadi bintang tamu. Dalam mengajukan permintaan atau permohonan ke Dinas Kominfo yang dulunya diselesaikan oleh pihak Dinas Kominfo selama 7 hari bahkan bisa lebih, sekarang dipercepat menjadi dua sampai tiga hari sudah selesai, sehingga tidak membuat publik merasa kesal karena menunggu terlalu lama. Masyarakat yang tidak mengenal sama sekali tentang IT bisa langsung meminta pembinaan di Kominfo dengan syarat mengirimkan proposal terlebih dahulu, dan di fasilitasi oleh pihak Kominfo.

Perlunya pelayanan publik di Dinas Kominfo ini untuk ditingkatkan, karena membuat publik merasa nyaman merupakan suatu keharusan yang dilakukan oleh pihak Dinas Kominfo. Untuk membuat masyarakat merasa puas akan tugas dan fungsi dari Dinas Kominfo ini menjadi tujuan Dinas ini. Setidaknya menjalin hubungan baik dengan publiknya, maka Dinas Kominfo merasa keberadaannya mendapatkan tanggapan yang baik dari publiknya.

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalahnya adalah : Bagaimana strategi komunikasi *Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur untuk meningkatkan citra di mata publik?

LANDASAN TEORI

PR Model-Two Way Symetric

Model komunikasi simetris dua arah menurut Ruslan (2010:105) yang menggambarkan bahwa suatu komunikasi propaganda (kampanye) melalui dua arah timbal balik yang berimbang. Model ini mampu memecahkan atau menghindari terjadinya suatu konflik dengan memperbaiki pemahaman publik secara strategis agar dapat diterima, dan dianggap lebih etis dalam penyampaian pesan-pesan (informasi) melalui teknik komunikasi membujuk (*persuasive communication*) untuk

membangun saling pengertian, dukungan dan menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Grunig memaparkan *Model Two-Way Symetric* adalah pendekatan yang dapat dikatakan baik dalam *Public Relations*. Sejalan dengan konsep yang telah dikemukakan sebelumnya bahwa sebuah departemen dapat dikatakan baik dengan segala karakteristiknya dapat membuat organisasi menjadi lebih efektif.

Grunig mengidentifikasi suatu teori normatif mengenai *Public Relations* yang menganut *Two-Way Symetric* adalah memiliki karakter:

1. Adanya saling tergantung dan pembinaan hubungan;
2. Ketergantungan dan pembinaan hubungan tersebut memunculkan kurangnya konflik, perjuangan, dan saling berbagi misi;
3. Adanya keterbukaan, saling percaya dan saling memahami;
4. Konsep kunci mengenai negoisasi, kolaborasi, dan mediasi;
5. Perlunya dikembangkan suatu aturan bagi proses dan strategi.

Teori Komunikasi Harold Lasswell

Formulasi *Lasswell* memperlihatkan ciri-ciri atau typical tertentu pada awal pembentukan model komunikasi tersebut, yaitu lebih kurang dapat diterima bahwa komunikator yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi pihak komunikasinya (khalayak sasaran), khususnya dalam melancarkan proses komunikasi persuasif dan pesan-pesan yang disampaikan tersebut diharapkan memiliki beberapa efek tertentu, atau kontribusinya pada efeknya dapat terjadi secara berlebih-lebihan dalam komunikasi massa. Ruslan, (2010:101).

Dalam proses komunikasi *Harold D Lasswell* memperkenalkan 5 formula komunikasi untuk terjadinya suatu proses komunikasi, yaitu (Ruslan, 2010:101) :

- *Who* (siapa/komunikator) yakni berkenaan dengansiapa yang mengatakan.
- *Says what* (apa yang dikatakan/pesan yang disampaikan) yakni berkenaan dengan menyatakan apa.
- *In which channel* (media) yakni berkenaan dengan saluran apa.

- *To whom* (untuk siapa/komunikasi) yakni berkenaan dengan ditujukan kepada siapa.

- *With what effect* (efek/pengaruh) yakni berkenaan dengan pengaruh apa.

Proses komunikasi dapat diartikan sebagai “transfer informasi” atau pesan (*message*) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima sebagai komunikasi. Dalam proses komunikasi tersebut bertujuan untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*) antara kedua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi. Dalam proses komunikasi, komunikator mengirimkan pesan/informasi kepada komunikasi sebagai sasaran komunikasi.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Sedangkan tipe penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif, dimana yang menjadi objek analisis dalam pendekatan kualitatif ini adalah Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur, kemudian di analisis dengan teori yang ada. Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif karena untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh *Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur untuk meningkatkan citranya.

Metode Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan data primer yang dilakukan dengan observasi terlebih dahulu secara langsung dan melakukan wawancara mendalam (*indepth interview*) untuk memperoleh data yang sebenar-benarnya dengan melalui tatap muka dengan informan yang dipilih. Adapula beberapa pengunjung dijadikan informan guna mengumpulkan keterangan dan informasi seluas-luasnya mengenai Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur, menyiapkan interview guide, mengajukan pertanyaan secara lisan kepada informan.

Peneliti juga menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan dan dokumentasi sebagai data pendukung. Data sekunder berupa dokumentasi

(foto, catatan harian, surat pengaduan, struktur organisasi) yang berkaitan dengan informasi yang dibutuhkan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini peneliti akan memulai dengan tahap awal merangkum, memilih hal yang pokok dan mencari pola, tahap kedua adalah peneliti akan menyajikan data dalam bentuk uraian yang dimaksudkan untuk memahami apa yang terjadi di lapangan lalu merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami. Langkah terakhir dalam analisa yang akan dilakukan adalah menarik kesimpulan yang berupa temuan baru dalam bentuk deskripsi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian yang berjudul Strategi Komunikasi *Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika. Untuk Meningkatkan Citra di Mata Publik adalah membangun strategi dengan cara pembuatan *website, facebook, twitter*, dan media interaktif lainnya untuk memperkenalkan kepada masyarakat bahwa masih ada lembaga yang berfungsi sebagai jembatan antara masyarakat dan Pemerintah Jawa Timur. Membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi, memberikan solusi, memberikan informasi terbaru, bahkan memberikan pelayanan kepada masyarakat mengenai IT. Banyaknya masyarakat yang belum mengenal IT bisa mengirimkan proposal guna dibina untuk menjalankan IT, agar semakin banyak jumlah masyarakat yang bisa menggunakan IT. Adapun strategi yang dilakukan Dinas Kominfo untuk meningkatkan citra di mata publik menjalin hubungan baik dengan publik eksternal dan publik internal. Strategi operasional yang digunakan oleh *Public Relations* Dinas Kominfo: Pendekatan persuasive dan edukatif, Pendekatan kerjasama dengan publik internal yang meliputi hubungan dengan para pegawai dan hubungan dengan stakeholder, publik eksternal yang meliputi hubungan dengan media massa dan hubungan dengan para pengunjung.

Berdasarkan dengan dua teori yang peneliti gunakan dikatakan sudah mendukung karena Teori Lasswell merupakan teori yang sederhana dalam melakukan proses komunikasi

dan teori Model *Two-Way Symetric* berjalan sesuai dengan teori yang digunakan oleh peneliti bahwa komunikasi yang dilakukan Dinas Kominfo dan masyarakat bersifat dua arah timbal balik yang artinya berimbang. Karakter yang ada dalam teori juga sesuai, 1) masyarakat dan Dinas Kominfo adanya saling ketergantungan dan adanya pembinaan hubungan, 2) ketergantungan dan pembinaan hubungan tersebut memunculkan kurangnya konflik antara Dinas Kominfo dan masyarakat, 3) dalam memberikan informasi Dinas Kominfo selalu terbuka dan transparan tanpa adanya rekayasa, 4) bahwa Kominfo berperan sebagai mediator antara pengadu dan pihak yang terkait, 5) adanya aturan untuk publik guna memenuhi syarat bagi yang memberikan pengaduan agar Kominfo lebih strategis dalam pelaksanaan tugasnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan, peneliti menemukan kesinambungan dari hasil yang di dapat. Dengan melalui beberapa media sosial atau media online untuk melakukan pengaduan agar mempermudah masyarakat, mengadakan beberapa program guna mewedahi keluhan masyarakat seperti Ajang Wadul yang bekerjasama dengan TVRI, Melek IT yang bekerjasama dengan Bios TV, dan Ngopi Bareng Pakde yang bekerjasama dengan Suara Surabaya bisa menjadi wadah untuk menampung semua aspirasi-aspirasi masyarakat, memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat agar memberikan efek yang baik juga terhadap Kominfo.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian tentang “Strategi Komunikasi *Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Untuk Meningkatkan Citra Di Mata Publik” memperoleh kesimpulan bahwa:

Dinas Kominfo meningkatkan citra dengan memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat dengan melalui tatap muka dan melalui media sosial. Bisa juga melalui acara di salah satu stasiun televisi swasta yaitu acara Ajang Wadul, atau melalui media interaktif seperti call center, dan melalui radio Suara Surabaya. Melalui media sosial seperti website,

facebook, dan twitter. Dinas Kominfo menggunakan dua strategi pendekatan yaitu pendekatan persuasif dan edukatif, pendekatan kerjasama dengan publik internal maupun publik eksternal. Menjalin hubungan baik dengan publik internal yang meliputi hubungan dengan para pegawai, hubungan dengan stakeholder dan publik eksternal yang meliputi hubungan dengan media massa dan hubungan dengan para pengunjung.

Adapun citra yang diperoleh Dinas Kominfo saat ini adalah citra perusahaan (*Corporate Image*) yang artinya citra dari suatu organisasi atau perusahaan secara keseluruhan. Jadi bukan citra atas produk dan pelayanannya saja. Citra perusahaan ini terbentuk oleh banyak hal contoh dalam pelayanannya lebih cepat, memberikan informasi terupdate dan cepat, selalu ada solusi dalam pelayanannya.

Dengan demikian hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian Strategi *Public Relations* Dinas Kominfo dalam meningkatkan citra di mata publik.

Berdasarkan teori yang peneliti gunakan sudah sesuai dan mendukung dengan penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti. Dalam meningkatkan citra di mata publik, *Public Relations* Dinas Kominfo memiliki beberapa peran penting, yakni:

1. Adanya saling tergantung dan pembinaan hubungan antara Dinas Kominfo dengan publik;
2. Ketergantungan dan pembinaan hubungan tersebut memunculkan kurangnya konflik, perjuangan, dan saling berbagi misi antara Dinas Kominfo dengan publik;
3. Adanya keterbukaan, saling percaya dan saling memahami antara Dinas Kominfo dengan publik;
4. Konsep kunci mengenai negosiasi, kolaborasi, dan mediasi antara Dinas Kominfo dengan publik;
5. Perlunya dikembangkan suatu aturan jika masyarakat tidak memenuhi aturan di Dinas Kominfo, dan strategi akan ditetapkan oleh Dinas Kominfo.

Peran *Public Relations* di Dinas Kominfo tidak berdiri sendiri sebagai satu bidang dalam organisasi, akan tetapi peran *Public Relations* telah dilakukan oleh semua

pihak yang berhubungan dengan publik eksternal maupun publik internal. Jadi, *Public Relations* tidak dikembangkan dalam struktur organisasi di Dinas Kominfo. Dari peranan yang telah dilaksanakan oleh Dinas Kominfo belum sepenuhnya maksimal dalam meningkatkan citra positif, tapi setidaknya masyarakat sudah mengenal Kominfo dengan citra yang baik.

Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka penulis memberikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Pentingnya birokrat khususnya Dinas Kominfo untuk memahami sebuah citra.
2. Pentingnya memperhatikan peningkatan pelayanan publik.
3. Perlunya mahasiswa untuk lebih memahami tentang fungsi dan peran *Public Relations*.

Penulis juga menyarankan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian serupa dengan menggunakan sample Dinas lain.

Untuk meningkatkan citra dan eksistensi *Public Relations* Dinas Kominfo di mata publik, maka *PR* Dinas Kominfo memerlukan:

1. Program-program yang inovatif dan strategis, misalkan dengan seringnya mengadakan acara-acara yang melibatkan masyarakat sekitar.
2. Lebih menambahkan banyak SDM yang bisa mengoperasionalkan IT agar tidak kekurangan.
3. Dalam melakukan strategi yang diharapkan Dinas Kominfo, diharapkan dapat meningkatkan citra Dinas Kominfo ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Kirana, A. (2009). Peran Dan Strategi Public Relations PT. (PERSERO) Angkasa Pura I Kantor Cabang Bandar Udara International Adisutjipto Dalam Membangun Citra (skripsi). Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Yogyakarta.
- Linggar, A. (2008). *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Vinda, A. (2016). Strategi Komunikasi Public Relations JPR Entertainment Untuk Meningkatkan Citra Positif di Kalangan Masyarakat Surabaya

- (skripsi). Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Surabaya.
- Agnes, D. (2013). Strategi Public Relations PT. Telkomsel Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan (skripsi). Universitas Sam Ratulangi, Manado. http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/act_adiurna/article/view/965 di akses pada tanggal 15 Desember 2016.
- Onong, U.E. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT RemajaRosdakarya.
- Siti, F.(2016). Peranan Humas Pemerintah Kota Surabaya Dalam Kegiatan Pengelolaan Media Relations Sebagai Sarana Komunikasi Kepada Publik (skripsi). Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Surabaya.
- Hairunnisa. (2015). *Public Relations*. Yogyakarta: GrahaIlmu.
- Rachmat, K. (2007). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Asrul, F.K. (2015). Peran Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Public Relations Hotel Lor In Solo Dalam Mempertahankan Citra Positif Perusahaan) (skripsi). Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta. (Eprints.ums.ac.id./36177/) diakses pada tanggal 3 Desember 2016.
- Br. Ginting,L. M.(2013). Strategi Public Relations Pemerintah Daerah Kabupaten Karo Dalam Membentuk Citra Positif (skripsi). Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta.
- Sandra, O. (2006). *Strategi Public Relations*. London: Penerbit Erlangga.
- Rachmadi. (1992). *Public Relations Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rumanti. (2002). *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Grasindo, anggota Ikapi.
- Rosady, R. (2010). *Metode Penelitian Public Relations & Komunikasi*. Ed. 1, Cet. 5. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rosady, R. (2014). *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi Konsep dan Aplikasinya (EdisiRevisi)*. Jakarta: Raja GrafindoPersada.
- Soenarko, S. (1997). *Public Relations, Pengertian, Fungsi, dan Peranannya*. Cet. 1.Surabaya: Papyrus.
- Soleh, S. (2010). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Internet**
- <http://ditempatsaya.blogspot.com/2015/05/strategi-public-relations-25.html?m=1> diakses pada tanggal 20 Desember 2016.
- <http://kominfo.jatimprov.go.id/> diakses pada tanggal 18 November 2016.
- https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=xtHs4pLWdqAC&oi=fnd&pg=PA1&dq=TEORI+HAROLD+LASSWELL&ots=JfWXFNXpf4&sig=p_ugR2VLhePuwgGM_L1cl5ZXfk&redir_esc=y#v=onepage&q=TEORI%20HAROLD%20LASSWELL&f=false diakses pada tanggal 28 Desember 2016.
- Perspektif Public Relations oleh Ida Anggraini publicrelationsidaananda.blogspot.com/2009/02/perspektif-publicrelations.html?m=1 diakses pada tanggal 15 Desember 2016.
- Pengolahan Data Kualitatif oleh Prof. Dr. Sugiyono. www.sselajar.net/2012/11/pengolahan-data-kualitatif.html?m=1 diakses pada tanggal 18 Desember 2016.
- Dunia Komunikasi. <http://kampuskomunikasi.blogspot.co.id/2008/06/strategi-komunikasi.html> diakses pada tanggal 20 Desember 2016.