

BAB III

SAJIAN DATA DAN ANALISIS

Pada BAB III ini akan dibahas tentang sajian data dari proses pendefinisian problem, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dari Program Pengembangan Komunikasi, Informasi dan Media Massa milik Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta. Selain sajian data, pada bab ini juga akan membahas tentang hasil analisis penelitian yang dikaji melalui metodologi yang telah diuraikan pada bab sebelumnya. Hasil akhir atau kesimpulan dari penelitian ini akan dibahas selanjutnya pada BAB IV yaitu tentang kesimpulan dan saran.

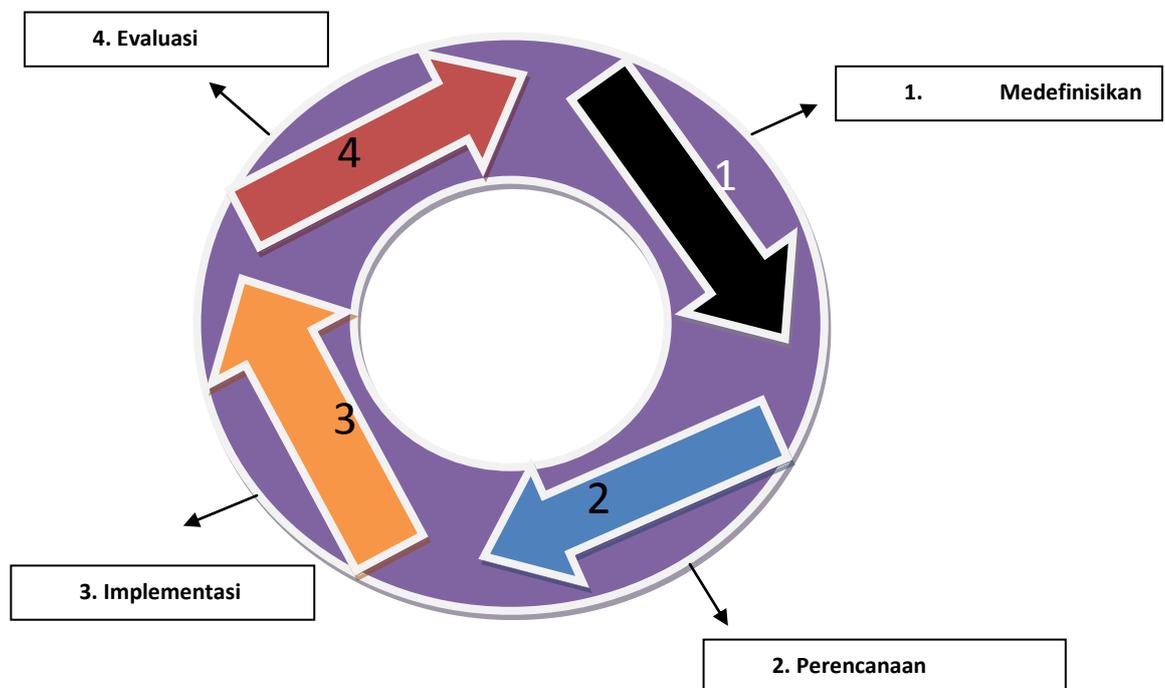
Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan indikator kinerja yang terdapat pada Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor: PER/12/M.PAN/08/TAHUN 2007 tentang Pedoman Umum Hubungan Masyarakat di Lingkungan Instansi Pemerintah. Namun, peneliti hanya memilih tiga indikator kinerja yang mana indikator ini sudah dilaksanakan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dan menjadi acuan dalam penelitian ini. Adapun tiga indikator tersebut adalah sebagai berikut: 1) indikator Humas sebagai fasilitator pemberi layanan informasi kepada publik. 2) indikator Humas sebagai fasilitator dalam menindaklanjuti pengaduan publik. 3) indikator Humas dalam memelihara hubungan baik dengan internal dan eksternal pemerintahan.

3.1 PENYAJIAN DATA

Penyajian data pada pelaksanaan Program Komunikasi, Informasi dan Media Massa dalam penelitian ini menggunakan empat proses atau tahapan pelaksanaan program dari Cutlip, Center dan Broom. Adapun empat tahapan atau proses tersebut dimulai dari pendefinisian problem, perencanaan program, pelaksanaan program dan evaluasi.

Bagan 3.1

Proses atau tahapan pelaksanaan program Humas



3.1.1 Mendefinisikan Problem

Sebelum merencanakan dan melaksanakan program, Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta sudah melakukan pendefinisian problem atau analisis situasi untuk memperoleh informasi. Tahap ini merupakan langkah awal yang harus dilakukan Humas dalam

menyusun perencanaan. Dalam mendefinisikan problem, Humas mencari data dan melakukan pengamatan mengenai informasi yang diperlukan. Data dan pengamatan informasi ini bisa berupa pemantauan ke wilayah-wilayah yang ada di Kota Yogyakarta. Pemantauan tersebut dilakukan oleh Humas dan pejabat pemerintahan lain seperti Walikota yang jadwalnya bersifat tentatif dan sesuai kebutuhan.

Humas dalam proses pendefinisian problem melakukan analisa terhadap faktor internal dan eksternal dari Pemerintah Kota Yogyakarta. Analisis faktor internal yang berhubungan dengan kebijakan, prosedur dan tindakan organisasi yang berhubungan dengan situasi problem. Kemudian analisis faktor eksternal berupa tinjauan dan studi detail terhadap siapa saja yang terlibat dan dipengaruhi dari luar organisasi atau pengumpulan informasi tentang *stakeholder*. Misalnya dengan melakukan analisa terhadap opini publik, sikap dan juga reaksi hingga permasalahan yang sedang terjadi pada masyarakat Kota Yogyakarta.

Sebagai contoh berdasarkan hasil temuan Humas jika banyak dari masyarakat yang mengeluh terhadap pelayanan BPJS, atau tentang masyarakat yang bingung dengan prosedur BPJS. Atau tentang siswa di Yogyakarta yang sering tawuran, masalah pembangunan perhotelan serta mengenai peraturan daerah tentang gepeng. Semua temuan-temuan permasalahan yang ada ditengah masyarakat dan keluhan-keluhan tersebut menjadi bahan pertimbangan bagi Humas dalam merencanakan program kegiatan.

Humas juga secara rutin setiap harinya membuat analisa terhadap pemberitaan di media massa berupakliping dan dibuat dikantor Humas atau data yang didapatkan oleh UPIK (Unit Pelayanan Informasi dan Keluhan). Kliping ini kemudian di *update* langsung ke sub domain kliping pada *website* Pemerintah Kota Yogyakarta yaitu kliping.jogjakota.go.id. Setiap minggunya hasil analisis pemberitaan ini dijadikan bahan bagi Walikota dalam setiap rapat koordinasi rutin dengan SKPD-SKPD yang ada di Pemerintah Kota Yogyakarta.

”Ada riset atau analisis tapi mungkin tidak formal, tapi secara informal saja. Misalnya bisa berbentuk rapat dan saling memberikan masukan. Kalau jadwalnya mengikuti waktu pembuatan Renstra atau Renja saja jadi sifatnya tentatif dan sesuai kebutuhan, bisa antar kepala sub bagian bisa juga dengan staff yang lain juga. Sering koordinasi antar individu juga” (Hasil wawancara dengan Bayu Wijayanto, Bagian Analisis kegiatan, evaluasi dan pelaporan, 23 April 2015, Pukul 10:30).

Berdasarkan kutipan wawancara tersebut, memperlihatkan jika Bagian Humas dan informasi melakukan koordinasi dan diskusi dalam rangka mendefinisikan problem dan merencanakan program yang akan dilaksanakan, meskipun tidak terdapat jadwal khusus atau sifatnya sesuai dengan kebutuhan. Dalam koordinasi ini internal Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta melakukan diskusi mengenai data temuan observasi lapangan, hasil analisis pemberitaan, hasil survei dari PSKK UGM, hasil evaluasi program ditahun-tahun sebelumnya. Temuan ini kemudian dijadikan bahan untuk melakukan perencanaan program.

3.1.2 Perencanaan dan Pemrograman

Proses perencanaan dan pemrograman dari Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta memiliki beberapa tahapan, dan tahapan-tahapan proses ini alurnya sama dengan instansi pemerintah lainnya. Pertama, membuat Rencana Strategis (RENSTRA). RENSTRA ini merupakan dokumen perencanaan yang bersifat indikatif yang memuat program-program pembangunan dari kebijakan SKPD (Satuan Kerja Pemerintah Daerah), untuk mencapai hasil yang terukur sesuai dengan visi dan misi. Tahap kedua yaitu membuat Rancangan Kerja Anggaran (RKA) yang dibuat setiap satu tahun sekali dan dibuat berdasarkan RENSTRA.

Pada RENSTRA dan RKA biasanya SKPD seperti Bagian Humas dan Informasi sering mendapatkan masukan-masukan baik itu dari bagian keuangan, DPRD, Kementerian Komunikasi dan Informatika, Walikota hingga masukan dari masyarakat yang telah dipertimbangkan dan diolah oleh Humas. Baik RENSTRA dan RKA keduanya sama-sama diserahkan terlebih dahulu kebagian keuangan dan DPRD sebelum akhirnya mendapatkan persetujuan.

Tahapan berikutnya membuat Rencana Belanja (RENJA) yang dibuat setiap satu tahun sekali. Tahapan terakhir dalam proses perencanaan adalah penyusunan Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) yang dibuat setiap satu tahun sekali. DPA ini merupakan pedoman bagi Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta dalam melaksanakan kegiatan

setiap tahunnya. DPA berisi tentang rincian dari setiap program kegiatan yang akan dilaksanakan.

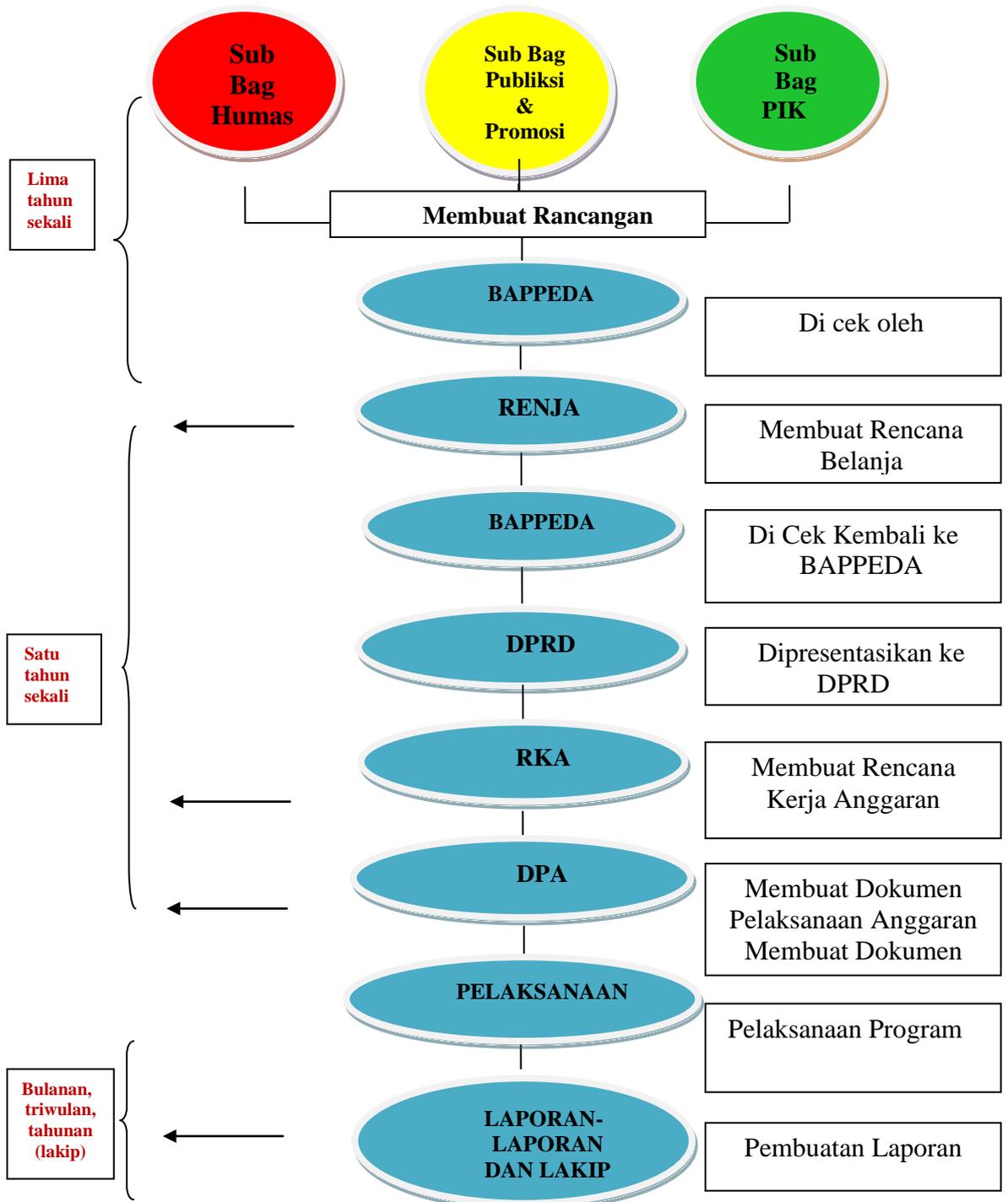
Fokus evaluasi program dalam penelitian ini adalah pada **Program Pengembangan Komunikasi, Informasi dan Media Massa**. Pada program ini terdapat tiga sub program dibawahnya, yaitu;

- 1) Program Pengelolaan UPIK (Unit Pelayanan Informasi dan Keluhan) yang diampu oleh Sub Bagian Informasi atau Keluhan (Subbag PIK).
- 2) Program Peningkatan Promosi dan Publikasi yang diampu oleh Sub Bagian Promosi dan Publikasi (Subbag PP)
- 3) Program Operasional dan Layanan Kehumasan yang diampu oleh Sub Bagian Humas (Subbag Humas)

Terdapat beberapa tolak ukur capaian kinerja yang ditargetkan pada Program Pengembangan Komunikasi, Informasi dan Media Massa pada Tahun 2013 dan 2014: 1) diseminasi & pendistribusian melalui media massa melalui majalah, radio dan TV dengan target kinerja sebanyak 1803 kali dalam satu tahun. 2) diseminasi & pendistribusian informasi melalui media baru melalui seperti *website* atau internet dengan target kinerja setiap hari (365 hari). 3) diseminasi dan pendistribusian informasi melalui media tradisional seperti pertunjukan rakyat dengan target kinerja 10 kali dalam satu tahun. 4) diseminasi dan pendistribusian informasi melalui media interpersonal seperti sarasehan, ceramah dan diskusi dengan target kinerja sebanyak 10 Kali dalam satu tahun. 5) diseminasi

&pendistribusian informasi melalui media luar ruang seperti buletin, *leaflet*, *booklet*, brosur/baliho dengan target kinerja sebanyak 434 kali dalam satu tahun. 6) cakupan pengembangan dan pemberdayaan kelompok informasi masyarakat di tingkat kecamatan.

Bagan 3.1
 ALUR RANCANGAN RENSTRA DAN RENJA
 Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta



3.1.2.1 Perencanaan Program UPIK

Pada ulasan perencanaan umum yang disampaikan sebelumnya, Seperti yang telah diterangkan pada bagan 3.1 bahwa Sub Bagian Pelayanan Informasi dan Keluhan dan Subbagian lainnya yang ada di Bagian Humas dan Informasi membuat RENSTRA (Rencana Strategis). Kemudian, masing-masing dari Subbagian merancang RKA (Rencana Kerja Anggaran) dan terakhir membuat DPA (Dokumen Pelaksanaan Anggaran). UPIK (Unit Pelayanan Informasi dan Keluhan) merupakan salah satu bagian dari Program Pengembangan Komunikasi, Informasi dan Media Massa. Dalam proses perencanaan di Tahun 2013 dan 2014, Sub Bagian Pelayanan Informasi dan Keluhan sebagai pengampu program ini merencanakan beberapa keluaran target yang ingin dicapai.

Target yang ingin dicapai Tahun 2013 dan 2014 memiliki jumlah target kinerja yang sama yaitu: frekuensi pertemuan UPIK (Unit Pelayanan Informasi dan keluhan di Kecamatan dengan target kinerja 4 kali dalam satu tahun, kemudian frekuensi koordinasi hotline dengan target kinerja 4 kali dalam satu tahun, frekuensi siaran “Walikota Menyapa” di RRI radio dengan target sebanyak 432 kali dalam satu tahun. Terakhir adalah evaluasi dan survei Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM), dengan target 1 kali dalam satu tahun.

Pada kegiatan pertemuan UPIK di kecamatan, Sub Bagian Pelayanan Informasi dan Keluhan merencanakan melakukan sosialisasi di 4 kecamatan yang berbeda setiap tahunnya. Tahun 2013

merencanakan sosialisasi di Kec. Umbulharjo, Kec. Mantri Jeron, Kec. Gondomanan dan Kec. Pakualaman. Kemudian Tahun 2014 Humas merencanakan sosialisasi di 4 kecamatan lain yaitu, Kec. Wirobrajan, Kec. Kotagedhe, Kec. Ngampilan dan Kec. Gondokusuman. Sesuai dengan DPA rencana target dalam sosialisasi ini dilaksanakan pada triwulan kedua yaitu pada bulan April, Mei dan Juni.

Berdasarkan Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Humas hanya mencantumkan sasaran dari program UPIK ini yaitu masyarakat Kota Yogyakarta dengan target peserta dalam satu kali sosialisasi sebanyak 40 peserta. Padahal sebenarnya pada sosialisasi UPIK ini Humas sebenarnya sudah menentukan sasaran target sosialisasi yaitu perwakilan dari RT/RW dan juga tokoh masyarakat namun tidak dicantumkan secara spesifik pada perencanaan di DPA.

3.1.2.2 Perencanaan Program Kehumasan

Perencanaan Program Kehumasan diampu oleh Sub Bagian Humas. Alur dari proses perencanaan program ini sama seperti Subbagian lainnya. Pada perencanaan Program Kehumasan memiliki beberapa sasaran seperti pegawai, wartawan dan masyarakat Kota Yogyakarta. Beberapa program tersebut diantaranya yaitu melakukan analisis berita atau kliping berita dan pengelolaan sub domain Kliping, dengan rencana target kinerja pada Tahun 2013 dan 2014 dilaksanakan setiap hari di Kantor Bagian Humas dan Informasi .

Agenda atau program kedua pada Program Kehumasan yaitu, pemuatan Peraturan daerah (PERDA) dan Peraturan Walikota (PERWAL) dimedia massa, rencana target kinerja yang ingin dicapai pada kegiatan ini pada Tahun 2013 dan 2014 adalah sama yaitu sebanyak 3 kali dalam satu tahun. Agenda ketiga adalah pemuatan Laporan Penyelenggaraan Pemerintah Daerah (LPPD) memiliki rencana target pemuatan sebanyak 2 kali dalam satu tahun di Tahun 2013 dan 2014. Selanjutnya agenda keempat, pemuatan Laporan Keuangan Pemerintah Daerah(LKPD) yang telah diaudit oleh BPK(Badan Pemeriksa Keuangan) yang memiliki rencana target sebanyak 1 kali dalam satu tahun di Tahun 2013 dan 2014 .

Humas juga melakukan perencanaan untuk memuat Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dimedia massa, dengan rencana target di Tahun 2013 dan 2014 sebanyak 4 kali dalam satu tahun. Kemudian Kerjasama penulisan denganmediamassa dengan rencana target Tahun 2013 dan 2014 sebanyak 91 Kali dalam satu Tahun,

Selanjutnya adalah pemuatan *Advertorial* dengan rencana target pada Tahun 2013 dan 2013 sebanyak 3 kali dalam satu tahun dan pemuatan ucapan selamat ulang tahun untuk media dengan target rencana pada Tahun 2013 dan 2014 sebanyak 15 kali dalam setahun. Sub Bagian Humas juga setiap harinya memiliki perencanaan untuk menulis *release* dan memberikan jadwal penting Pemerintah Kota kepada media. *Release* yang dibuat bisa berupa *ceremony* ataupun

kegiatan yang lainnya. Staff pada Sub Bagian Humas Pemkot juga selalu mengikuti kegiatan Walikota baik di internal Pemerintahan Kota maupun ke daerah-daerah.

Dalam menjaga hubungan baik dengan media, Humas melakukan berbagai cara. Misalnya seperti yang tercantum dalam Dokumen Rencana Anggaran (DPA) milik Bagian Humas dan Informasi terdapat agenda *Press Tour* yang dilaksanakan setiap satu tahun sekali dan fasilitas jumpa pers dan narasumber yang dibutuhkan oleh media. Humas dan Walikota juga secara khusus mengucapkan dan mengirimkan kue *tart* ke kantor-kantor redaksi media yang sedang berulang tahun.

Dalam rangka menjaga hubungan internal dan eksternal dari Pemerintah Kota Yogyakarta merupakan salah satu tugas penting bagi Humas baik itu Humas pada ranah pemerintah maupun swasta. Humas Pemerintah Kota Yogyakarta melakukan perencanaan dalam menjaga hubungan kepada internal dan eksternalnya misalnya dengan cara melakukankoordinasi dan rapat.

Agenda internal yang masuk dalam Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) adalah agenda rapat koordiinasi dengan operator UPIK (Unit Pelayanan Informasi dan Keluhan) setiap triwulanan, rapat koordinasi dengan PPID, rapat koordinasi internal dan rapat koordinasi dengan SKPD. Sedangkan untuk koodinasi informal baik itu didalam internal Humas maupun dengan SKPD lain dilakukan secara tentatif

dan fleksibel misalnya melalui telepon. Koordinasi informal ini bisa berupa diskusi ringan ataupun juga himbauan-himbauan.

Humas Pemerintah Kota juga melakukan perencanaan untuk menjalin hubungan dengan eksternal. Misalnya kepada masyarakat Humas memiliki Program Unit Pelayanan Informasi dan Keluhan (UPIK), Humas berusaha untuk memberikan wadah bagi masyarakat agar dapat dengan mudah berinteraksi langsung dengan Pemerintah Kota Yogyakarta. Tujuan lagi dari program ini adalah agar tidak ada lagi sekat atau pembatas kepada masyarakat dengan pemerintah. Masyarakat juga dapat dengan mudah mengakses dan menyampaikan informasi melalui berbagai media seperti SMS, telepon, *website*, FAX dan E-mail.

Humas Pemerintah Kota Yogyakarta khususnya Sub Bagian Humas dan Informasi melalui program UPIK ini, juga secara rutin melakukan rapat rutin dengan operator UPIK yang ada di kecamatan dan melakukan sosialisasi kepada masyarakat di kecamatan-kecamatan yang ada di Kota Yogyakarta.

Humas Pemerintah Kota Yogyakarta juga berinisiatif untuk membentuk KIM (Kelompok Informasi Masyarakat). Kelompok ini terdapat diseluruh kecamatan-kecamatan yang ada di Kota Yogyakarta. Tujuan adanya KIM ini adalah untuk menjembatani antara masyarakat dengan Pemerintah Kota Yogyakarta selain memberikan informasi kepada masyarakat dengan memanfaatkan teknologi informasi.

Kelompok ini dijadikan perpanjangan tangan antara masyarakat dan Pemerintah Kota Yogyakarta. Jumlah perencanaan target pertemuan KIM pada Tahun 2013 dan 2014 adalah sebanyak 4 kali dalam satu tahun. Humas juga melakukan beberapa perencanaan dalam upaya menjaga hubungan baik dengan media, Humas juga mengadakan *event Car Free Day* yang bekerjasama dengan Harian Tribun Yogyakarta.

3.1.2.3 Perencanaan Program Promosi dan Publikasi

Sub Bagian Promosi dan Publikasi Pemerintah Kota Yogyakarta memiliki beberapa program kegiatan berkaitan dengan peningkatan promosi dan publikasi. Alur dari perencanaan program ini juga sama seperti sub bagian lainnya. Beberapa program yang dirancang oleh sub bagian Promosi dan Publikasi merupakan hasil turunan dari program-program sebelumnya. Namun, ada juga beberapa program yang diinovasi, ditambahkan jumlah target capaiannya dan mengalami modifikasi dalam perjalanannya.

“Bagian promosi dan publikasi mengampu seluruh media yang digunakan tersebut kecuali media cetak yang diampu oleh Sub Bagian Humas. Sedangkan Televisi, Radio, Media Tradisional, Media Luar ruang diampu oleh kami. Selanjutnya media internal kita ada koran dan majalah, dan mungkin yang belum optimal sekali kita ampu adalah media online. Kemarin sempat masuk ke dalam agenda kerja kita, akan tetapi karena beban kerja yang cukup banyak. Tapi sudah mulai dijalankan oleh Sub Bagian Humas yaitu pengelolaan *facebook* dan *twitter*” (Wawancara Tutiek Susiatun, S.PT, Kepala Sub Bagian Promosi dan Publikasi, 23 April 2015).

Seluruh media yang telah dijelaskan oleh narasumber ini digunakan untuk mengoptimalkan promosi dan publikasi serta kemudahan akses informasi baik bagi pemerintah juga masyarakat Kota Yogyakarta. Adapun rincian beberapa media yang digunakan dalam pelaksanaan program kegiatan promosi dan publikasi adalah sebagai berikut:

a) Media Tradisional

Terdapat dua program kegiatan yang direncanakan oleh Sub Bagian Promosi dan Publikasi pada Tahun 2013 dan 2014 dan berhubungan dengan media tradisional yaitu, Pameran Sekaten dan Pertunjukan Rakyat (PERTUNRA). **Pertunjukan Rakyat (PERTUNRA)** merupakan salah satu inovasi dari program kegiatan Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Ide awal munculnya program ini adalah pada Tahun 2013 karena mendapatkan turunan tugas dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (KEMKOMINFO) tentang penggunaan media tradisional sebagai sarana penyampai informasi kepada masyarakat. Konsep dari acara ini adalah berupa pertunjukan seperti drama teater, komedi hingga pertunjukan seni lainnya. Melalui pertunjukan ini Humas menyisipkan pesan-pesan yang perlu disampaikan kepada

masyarakat, Humas dalam perencanaan ini juga menentukan tema-tema pada setiap pelaksanaan pertunjukkan rakyat.

Pada Tahun 2013, karena program ini merupakan program baru. Maka Sub Bagian Publikasi dan Promosi merencanakan untuk mengadakan PERTUNRA sebanyak 1 kali dalam satu tahun. Sedangkan Tahun 2014 Sub Bagian Promosi dan Publikasi merencanakan untuk mengadakan PERTUNRA sebanyak 10 kali dalam satu tahun. Terdapat perubahan yang cukup signifikan pada perencanaan PERTUNRA di Tahun 2013 dan 2014. Hal ini karena Humas dianggap berhasil oleh Pemerintah Kota Yogyakarta dalam melaksanakan PERTUNRA pada Tahun 2013, sehingga yang semula PERTUNRA dilaksanakan sebanyak 1 kali di Tahun 2014, pada tahun 2014 direncanakan PERTUNRA sebanyak 10 kali.

Karena kegiatan ini memiliki target masyarakat secara umum, agar menarik minat masyarakat, Sub Bagian Promosi dan Publikasi merencanakan untuk mengundang komunitas-komunitas yang populer dikalangan masyarakat Yogyakarta ataupun komunitas-komunitas yang memiliki potensi yang menarik untuk dijadwalkan mengisi pertunjukan. Seperti komedian, teater, orchestra dan lain sebagainya. Sub Bagian Publikasi dan Promosi setiap satu tahun sekali juga selalu merencanakan program **Pameran Sekaten**. Pameran Sekaten

merupakan *event* budaya tahunan dan Humas secara rutin ikut berpartisipasi dalam pameran tersebut. Target dalam program ini adalah masyarakat umum Yogyakarta hingga wisatawan yang datang ke Yogyakarta.

b) Media Elektronik

Perencanaan program kegiatan dengan media elektronik ini meliputi kerjasama program maupun iklan dengan media televisi dan radio. Kerjasama dengan media televisi lokal Yogyakarta meliputi hampir seluruh televisi lokal yang ada di Yogyakarta seperti: TVRI, RB TV, Jogja TV, kecuali dengan Adi TV. Pemilihan kerjasama stasiun televisi ini berdasarkan pada *rating* tertinggi dari jumlah masyarakat yang menonton. Program acara pada TVRI yaitu melalui acara “Obrolan Balaikota” dan RB TV yaitu melalui acara “Ngobras Jogja” memiliki konsep berupa dialog interaktif.

Selain bekerjasama dalam program acara dan pemutaran Iklan Layanan Masyarakat di televisi, Sub Bagian Publikasi dan Promosi juga melakukan perencanaan dalam hal kerjasama dalam pemutaran minidivi publikasi dan sosialisasi kebijakan.

Kerjasama media elektronik selanjutnya adalah dengan radio lokal yang ada di Yogyakarta yaitu: RRI FM, Sonora

FM, Sindo Trijaya FM, Star Jogja FM dan MBS Radio. Alasan pemilihan radio-radio ini dikarenakan segmentasinya yang berbeda, RRI sama dengan TVRI yang memiliki segmen pendengar yang besar dan memiliki jangkauan siaran yang luas. Sedangkan untuk radio MBS sesuai dengan slogannya “Radio Dangdutnya Kita” segmentasinya lebih pada masyarakat menengah kebawah. Sedangkan untuk Radio Sonora dan Radio Sindo Trijaya dengan segmentasinya anak muda, orang dewasa dan menengah ke atas.

Secara umum, media elektronik baik televisi dan radio dipilih karena keduanya bagi Humas dianggap efektif sebagai saluran informasi dan pesan kepada masyarakat. Misalnya dalam perencanaan program kegiatan Dialog Interaktif di berbagai stasiun televisi dan radio. Sub Bagian Publikasi dan Promosi melakukan perencanaan untuk secara bergilir bagi SKPD-SKPD yang ada di Pemerintah Kota Yogyakarta dan juga Walikota untuk menjadi narasumber dan memberikan informasi kepada masyarakat.

Berikut ini adalah target rencana program kegiatan dan kerjasama dengan media elektronik yang ada di Yogyakarta yaitu. 1) pemutaran CD Spot sebanyak 960 kali dalam satu tahun, 2) penayangan minidivi sebanyak 240 kali, 3) tayangan pidato Walikota di radio sebanyak 2 kali dalam satu tahun. 4)

tayangan Program Dialog Interaktif di Jogja TV sebanyak 6 kali dalam satu tahun, 5) tayangan Program Obrolan Balai kota sebanyak 9 kali dalam satu tahun, 6) siaran Program Dimensi di RRI sebanyak 12 kali dalam satu tahun, 7) Program Dialog Interaktif di RB TV sebanyak 9 kali dalam satu tahun, 10) Angkringan Pakde Harjo 9 kali dalam satu tahun, 11) siaran Program Dialog Kreatif sebanyak 9 kali dalam satu tahun dan, 12) Program Dialog Kota sebanyak 2 kali dalam satu tahun.

c) Media Luar Ruang

Sub Bagian Publikasi dan Promosi juga melakukan perencanaan dalam penggunaan Media luar ruang seperti dengan menggunakan baliho/*billboard*, spanduk dan *backdrop* juga *videotron* sebagai salah satu media dalam menyalurkan pesan dan informasi kepada masyarakat. Selain sebagai sosialisasi mengenai *event* dan untuk menginformasikan pesan, juga bisa dipinjamkan ke masyarakat ataupun organisasi kemasyarakatan yang memiliki kegiatan.

Dalam perencanaan di Tahun 2013 dan 2014, Sub Bagian Publikasi dan Promosi merencanakan pemasangan baliho sebanyak 20 kali dalam satu tahun. Baliho ini dipasang di tiga titik strategis di Kota Yogyakarta. Kemudian rencana pemasangan Spanduk dan *backdrop* sebanyak 400 kali dalam satu tahun.

d) Media Cetak dan Dokumentasi

Humas Pemerintah Kota, melalui Sub Bagian Promosi dan Publikasi secara rutin merencanakan penerbitan media cetak dalam bentuk koran dan juga majalah. Koran yang dicetak bernama Media Info Kota (MIK) segmentasinya adalah masyarakat Kota Yogyakarta. Koran ini memiliki target sebaran distribusi hingga ke tingkat kecamatan, RT dan RW yang dikirimkan melalui PT Pos Indonesia.

Konten isi dari MIK berisi tentang kegiatan-kegiatan pemerintah dan potensi wilayah yang bisa diangkat dan bisa dicontoh oleh wilayah lain. Jika masyarakat belum mampu menulis dan sebatas memberikan undangan kepada Humas untuk meliput, maka bagian Humas akan meliput ke lokasi tersebut. Rencana frekuensi cetak MIK pada Tahun 2013 dan 2014 adalah sebanyak 8 kali atau 8 edisi dalam satu tahun dengan jumlah cetakan sebesar 15.000 eksemplar dalam satu kali terbit.

Selain Koran Humas juga secara rutin menerbitkan majalah "AYODYA". Majalah ini didistribusikan hanya pada lingkungan internal Pemerintah Kota Yogyakarta. Sehingga kontennya lebih pada kegiatan internal pemerintah kota dan juga hal-hal yang memotivasi pegawai dilingkungan pemerintah kota. Rencana frekuensi cetak majalah

“AYODYA” adalah 2 edisi dalam satu tahun, dengan jumlah 3000 eksemplar dalam satu kali terbit.

Selain menerbitkan majalah “AYODYA” dan Koran Media Info Kota (MIK), Humas juga memiliki tanggung jawab akan dokumentasi di setiap kegiatan baik itu di lingkup internal Pemerintah Kota Yogyakarta, juga kegiatan eksternal seperti agenda Walikota di daerah lain. Selain itu Humas juga membuat dokumentasi pada setiap kegiatan yang dilakukan oleh Humas. Hasil rekaman berupa kepingan CD dan foto dokumentasi dijadikan sebagai salah satu laporan untuk diperiksa oleh bagian keuangan dan bagian Pengendalian Bangunan (Dalbang) di Pemerintah Kota Yogyakarta.

3.1.3 Pelaksanaan Program Komunikasi

3.1.3.1 Pelaksanaan Program UPIK

Demi mewujudkan adanya *goodwill* dan pelaksanaan *good governance* tersebut, maka pada Tahun 2003 Walikota Yogyakarta mencanangkan *Hotline Service* untuk menjadi layanan keluhan bagi masyarakat Kota Yogyakarta yang kemudian dikembangkan menjadi UPIK (Unit Pelayanan Informasi dan Keluhan). Diawal Tahun 2014 yaitu tepatnya pada Tanggal 31 Januari 2014, Pemerintah Kota Yogyakarta melakukan *launching* UPIK guna mewujudkan *good governance*. UPIK merupakan salah satu ketugasan dari Sub Bagian Informasi dan Keluhan untuk melakukan pengelolaan pesan dari

masyarakat dengan berbasis teknologi informasi. Pesan ini berupa saran, usul, pertanyaan, keluhan, kritik dan juga informasi.

Pelayanan informasi dan keluhan masyarakat pada Unit Pelayanan Informasi dan Keluhan (UPIK) Kota Yogyakarta merupakan wujud transparansi informasi telah diatur Pemerintah Kota Yogyakarta berdasarkan SK Walikota Yogyakarta Nomor 86 tahun 2003 tentang pembentukan Unit Pelayanan Terpadu Satu Atap Kota Yogyakarta. Setelah SK Walikota, kemudian diterbitkan Peraturan Walikota (PERWAL) Nomor 77 Tahun 2009 tentang Pelayanan Informasi dan Keluhan pada Unit Pelayanan Informasi dan Keluhan (UPIK) Kota Yogyakarta. Ruang lingkup PERWAL tersebut adalah pembentukan kelembagaan dan mekanisme pelayanan pada UPIK serta Keputusan Walikota (KEPWAL) Kota Yogyakarta No.70A/KEP/2013 tentang Pembentukan Tim Pengelolaan UPIK Kota Yogyakarta Tahun 2013.

Sub Bagian Pelayanan Informasi dan Keluhan melakukan berbagai metode perencanaan dalam untuk mensosialisasikan UPIK dan menggunakan beberapa media. Sosialisasi ini dilakukan dengan cara melakukan pendekatan dengan masyarakat, seperti sarasehan bersama UMKM (Usaha Menengah Kecil Mikro), sarasehan pada masyarakat (pengurus RT dan RW) dan kader-kader organisasi. Selain itu dalam sosialisasi dan pelaksanaan pelayanannya, UPIK menggunakan berbagai media yang digunakan diantaranya seperti melalui Radio, Internet/*website* (www.upik.go.id), surat kabar/koran, brosur dan stiker.

UPIK juga secara rutin melakukan koordinasi internal dan eksternal serta evaluasi setiap triwulanan khusus untuk Program UPIK. Koordinasi ini dilakukan bersama admin dan operator-operator UPIK yang ada di SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah) Pemerintah Kota Yogyakarta dan operator UPIK dari unit kerja lain seperti badan dan perwakilan kecamatan-kecamatan yang ada di Kota Yogyakarta.

Gambar 3.1
Peresmian UPIK Tahun 2014



Sumber : Dokumentasi UPIK Tahun 2014

a) Sosialisasi UPIK melalui pendekatan dengan Masyarakat

Sub Bagian Pelayanan Informasi dan Keluhan (Sub bagian PIK) juga melakukan sosialisasi-sosialisasi tatap muka langsung dan melakukan pertemuan untuk memberikan informasi mengenai pelayanan akses UPIK yang rutin yang

dilaksanakan sebanyak 4 kali dalam satu tahun. Pelaksanaan dari sosialisasi ini dilakukan secara bergilir di kelurahan yang ada di Kota Yogyakarta.

Tabel 3.1
Target Pelaksanaan Sosialisasi UPIK di Kecamatan
Tahun 2013-2014

No	Tahun Sosialisasi	Target Kecamatan
1.	2013	Kec. Umbulharjo, Kec. Mantri Jeron, Kec. Gondomanan dan Kec. Pakualaman.
2.	2014	Kec. Wirobrajan, Kec. Kotagede, Kec. Ngampilan dan Kec. Gondokusuman.

Sumber : Dokumen UPIK tahun 2014 dan 2014

Sosialisasi yang dilakukan oleh Sub Bagian PIK pada Tahun 2013 dan 2014 memiliki target *audience* masyarakat umum seperti pengurus RT/RW dan tokoh agama. Pemilihan target ini karena perwakilan-perwakilan ini dirasa dapat menjadi mitra bagi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta untuk menjadi perpanjangan tangan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Informasi yang disampaikan dalam sosialisasi ini adalah:

- 1) Fasilitas telepon dengan nomor 0274-(561270);SMS dengan nomor 08122780001;
- 2) FAX 0274-(561270);
- 3) E-mail: upik@jogja.go.id
- 4) *Website*:<http://upik.jogja.go.id> atau subdomain UPIK pada website Kota Yogyakarta www.jogjakota.go.id.
- 5) Bagi masyarakat yang ingin menyampaikan informasi secara langsung atau melalui surat bisa datang dan mengirim ke: Unit Pelayanan Informasi dan Keluhan (UPIK), Kompleks Balaikota Yogyakarta, Jalan Kenari No.56 Yogyakarta, Timoho, Yogyakarta.

Selain informasi tersebut, dalam sosialisasi juga disampaikan mengenai mekanisme dari layanan UPIK, serta alasan dan tujuan dari pelaksanaan program UPIK. Disetiap kegiatan sosialisasi ini dihadiri oleh 40 orang atau sesuai dengan jumlah target. Dalam sosialisasi ini Humas berkoordinasi dengan aparaturnya pemerintah kelurahan setempat untuk mempersiapkan sosialisasi UPIK dan mengakomodir masyarakat yang menjadi target peserta sosialisasi.

Gambar 3.2

Sosialisasi UPIK di Kecamatan Mantrijeron



Sumber : Dokumentasi Sub Bagian PIK Tahun 2013

Melalui sosialisasi tatap muka yang dilakukan, informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh masyarakat. Karena pada sosialisasi ini masyarakat juga dapat langsung bertanya mengenai hal-hal yang berkaitan dengan UPIK ataupun hal lain yang berkaitan dengan Pemerintah Kota Yogyakarta.

Narasumber yang mampu melakukan penyesuaian dan pendekatan yang baik juga membantu masyarakat agar mengerti tentang apa yang disampaikan. Terutama kemampuan narasumber dalam menggunakan bahasa "*kromo inggil*" khas Yogyakarta juga membantu masyarakat khususnya yang jika ada masyarakat atau peserta sosialisasi yang sudah berusia lanjut. Pada saat sosialisasi dikecamatan ini juga dibagikan

stiker nomor penting UPIK dan nomor penting Kota Yogyakarta untuk ditempel di setiap rumah masyarakat.

Humas dalam pengelolaan UPIK ini juga melibatkan hingga lini kecamatan dan masyarakat. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil kutipan wawancara peneliti kepada salah satu responden pada lini kecamatan;

”Karena saya juga petugas kecamatan, jadi saya termasuk dalam lini kecil dari Pemkot Jogja sendiri. Kita bisa tahu program dari Humas melalui DPA dan RKA, penyampaian-penyampaian sosialisasi dan juga kita secara rutin diajak untuk rapat dinas bulanan. Di kecamatan Mantri Jeron ini kita beberapa kali kedatangan sosialisasi, jadi secara koordinasi memang kami dilibatkan dan kita juga ikut menyiapkan tempat penyelenggaraannya. Kita juga ikut membantu untuk mengundang dan mengumpulkan masyarakat yang akan disosialisasi. Saat ini saya kira sudah 90% masyarakat Kota Yogyakarta sudah mengetahui UPIK”(Udi Harsono, S.Si, M.Si (46 Tahun),Kepala Seksi Pelayanan Informasi dan Pengaduan Kec.Mantri Jeron , 29 April 2015, Pukul 10:00).

Selain melakukan koordinasi dalam hal penyelenggaraan sosialisai dan proses pelayanan UPIK. Humas melalui Sub Bagian Pengelolaan Informasi dan Keluhan (PIK) juga melibatkan internal SKPD-SKPD yang ada Pemerintah Kota Yogyakarta dan perwakilan kecamatan sebagai operator teknis UPIK.Humas juga melakukan rapat koordinasi terhadap operator UPIK, baik operator di SKPD yang ada dalam internal Pemerintah Kota Yogyakarta dan operator UPIK yang ada di setiap kecamatan setiap tiga bulanan untuk memantau kinerja dari operator teknis

yang ada di SKPD dan kecamatan. Menurut dari hasil wawancara diatas juga terlihat bahwa sebagian besar masyarakat Kota Yogyakarta sudah mengetahui UPIK.

b. Penggunaan Media dalam Sosialisasi dan Saluran Informasi

1) Radio

Radio merupakan salah satu media penyebaran informasi yang keberadaannya masih banyak diminati oleh masyarakat. Di Kota Yogyakarta, radio masih sangat eksis dengan segmentasi dari masing-masing dari radio tersebut memiliki segmentasi yang berbeda-beda. Dimulai dari anak muda hingga orang tua, menengah ke atas, menengah ke bawah, radio khusus perempuan dan masih banyak lagi.

Banyak dari masyarakat juga menganggap radio sebagai media yang tidak tergantikan, sehingga radio masih dianggap efektif sebagai saluran informasi untuk sosialisasi dan memberikan pemahaman kepada masyarakat. UPIK sebagai sarana wadah aspirasi masyarakat juga memiliki program acara khusus diradio. Program tersebut bernama “Walikota Menyapa” yang disiarkan dan bekerjasama dengan RRI Yogyakarta.

Pada awalnya, program ini merupakan bagian dari program acara yang diampu oleh Sub Bagian Promosi dan

Publikasi. Namun dalam perjalanan waktunya, program acara “Walikota Menyapa” lebih cocok masuk kedalam salah satu rangkaian dari pengelolaan UPIK. Oleh karena itu, program ini dialihkan tugasnya ke Sub Bagian PIK (Pelayanan Informasi dan Keluhan) di Tahun 2013 dan menjadi bagian dari program UPIK.

Konsep dari acara ini berupa dialog interaktif dengan narasumber yang dihadirkan sesuai dengan tema. Misalnya dengan menghadirkan Walikota secara langsung, ataupun perwakilan SKPD-SKPD ataupun Badan terkait yang membidangi tema acara. Program acara “Walikota Menyapa” disiarkan setiap hari Senin dan Kamis, pukul 07:30 – 08:00 WIB. Dalam acara ini masyarakat juga dapat berinteraksi secara langsung melalui layanan telepon interaktif, dan dapat menyampaikan informasi, masukan ataupun keluhan, seputar tema yang sedang dibahas. Selain disiarkan oleh RRI Yogyakarta, Acara ini juga di-*relay* ke 3 radio lain seperti: MBS FM, Sonora FM dan Sindo Trijaya FM.

Tentu ada berbagai alasan mengapa Humas memilih bekerjasama dengan radio-radio tersebut. RRI merupakan radio nasional yang memiliki jangkauan siaran yang sangat luas dan jumlah pendengar yang besar juga. Kemudian Radio MBS, segmentasinya adalah masyarakat menengah kebawah,

seperti slogannya yaitu “Radio Dangdutnya Kita”, kemudian Radio Sonora dan Sindo Trijaya yang memiliki segmentasi menengah ke atas.

2) Internet/Website (www.upik.go.id)

Saat ini konsumsi akan media baru seperti internet sudah menjadi keseharian bagi masyarakat. Termasuk dalam intitusi pemerintahan seperti Humas Pemerintah Kota Yogyakarta yang memanfaatkan internet melalui *website* untuk lebih mengoptimalkan pelayanannya kepada masyarakat. Internet saat ini telah menjadi salah satu media yang penting dan sudah mulai dirasakan keefektifannya dalam menyebarkan informasi secara luas serta dapat diakses selama 24 jam. UPIK menggunakan sistem komputerisasi dalam kerjanya. Masyarakat juga dengan mudah dapat mengakses langsung layanan yang ada melalui sub domain UPIK di <http://upik.jogja.go.id> .

Sub domain UPIK merupakan bagian dari *website* Pemerintah Kota Yogyakarta dan terintegrasi langsung serta sub domain klipng dari Bagian Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dan sub domai dari SKPD dan badan lain yang ada di *website* Pemerintah Kota Yogyakarta.

3) Surat Kabar/Koran

Kerjasama dengan surat kabar dan koran ini sebenarnya menjadi ketugasan dari Sub Bagian Humas. Dalam pelaksanaan kerjasama penulisan ini Sub Bagian Humas juga ikut andil dalam kerjasama penulisan untuk mensosialisasikan Program UPIK.

Seperti kerjasama dengan Harian Kedaulatan Rakyat (KR) dengan bentuk kerjasamanya adalah dengan menjadikan UPIK sebagai salah satu nomor penting untuk Kota Yogyakarta dan melakukan kerjasama penulisan. Jadi, pada Sub Bagian Humas juga berintegrasi dengan Sub Bagian lain seperti Sub Bagian Promosi dan Publikasi (Sub Bag PP) serta Sub Bagian Pelayanan Informasi dan Keluhan (Sub Bag PIK).

4) Brosur dan Striker

Brosur dan stiker menjadi salah satu bahan informasi yang diberikan kepada masyarakat. Keduanya berisi tentang rincian informasi tentang UPIK dan menjelaskan tentang layanan fasilitas apa saja yang ada di UPIK. seperti informasi nomor telepon UPIK, SMS UPIK, *website*, e-mail dan alamat Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta. Dalam brosur juga dilengkapi dengan gambar dari mekanisme pelayanan UPIK dan kode etik layanan UPIK.

Brosur dan striker tersebut didistribusikan kepada masyarakat Kota Yogyakarta pada saat sosialisasi ataupun melalui RT/RW, kelurahan, kecamatan ataupun dinas dan instansi yang ada di Kota Yogyakarta.

Terdapat dua jenis stiker yang dicetak oleh Sub Bagian PIK sebagai pengelola program UPIK. Stiker versi pertama berisi nomor penting UPIK, ataupun media lain untuk mengakses UPIK seperti e-mail, *website*, ataupun telepon dan fax seperti yang terlihat pada (gambar 3.3). Stiker ini dicetak sebanyak 1000 lembar pertahunnya dan dibagikan pada saat sosialisasi. Sedangkan stiker versi kedua berisi nomor-nomor penting yang ada di Kota Yogyakarta. Stiker ini dicetak sebanyak 400.000 lembar dalam satu tahun dan dibagikan ke masyarakat untuk ditempelkan dimasing-masing rumahnya.

Gambar 3.3
Stiker Nomor UPIK



Sumber: Dokumentasi UPIK Tahun 2014

c. Proses Pelayanan dan Pengelolaan Pesan UPIK

Dalam Peraturan Walikota (Perwal) Nomor 77 Tahun 2009 tentang Pelayanan Informasi dan Keluhan pada UPIK telah diatur mekanisme pelayanan informasi dan keluhan, yaitu dalam pasal 12. Terdapat beberapa alur pesan dan jawaban dalam mekanisme pelayanan tersebut. Pertama, masyarakat menyampaikan informasi ataupun keluhan kepada UPIK melalui media-media yang tersedia.

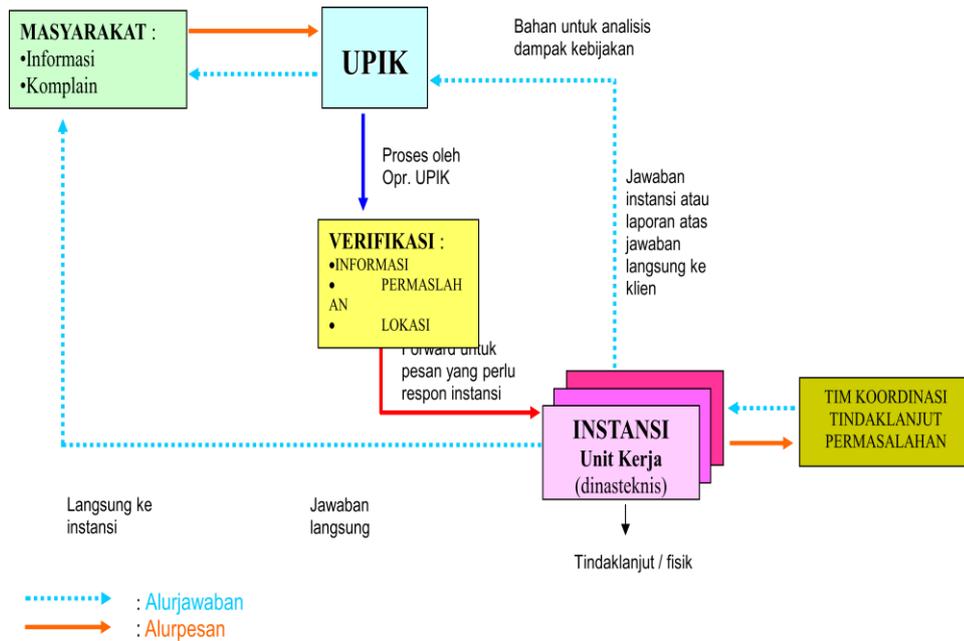
Kemudian Informasi dan keluhan tersebut ditampung dan diproses datanya atau diverifikasi oleh admin UPIK. Kemudian setelah diverifikasi maka dapat dilihat apakah pesan tersebut menjadi kompetensi bagi Pemerintah Kota Yogyakarta atau bukan. Berdasarkan proses tersebut juga dapat dilihat apakah pesan tersebut cukup direspons oleh Humas saja atau di *forward* ke SKPD lain.

Mekanisme selanjutnya adalah pesan yang diterima oleh SKPD atau instansi akan disampaikan kepada Tim Koordinasi Tindak Lanjut Permasalahan, dan menetapkan apakah permasalahan itu harus ditindak lanjuti atau tidak. Kemudian Tim Koordinasi Tindak Lanjut Permasalahan akan menyampaikan jawaban ke staff dan instansi tentang respon terhadap informasi dan keluhan tersebut.

Tahap selanjutnya adalah operator UPIK dari SKPD yang bersangkutan akan memberikan respon atau jawaban kepada masyarakat dan secara otomatis respon ini juga akan masuk ke *server/database*. SKPD yang bersangkutan tersebut juga bertanggung jawab atas tindak lanjut teknis jika memang diharuskan.

Bagan 3.2

Mekanisme Layanan UPIK



Sumber : Bahan presentasi dan sosialisasi UPIK Tahun 2013 dan 2014

Terdapat 20 alur dalam keseluruhan proses pelayanan UPIK. Tahap-tahap ini dilalui oleh admin UPIK hingga operator UPIK dari SKPD/instansi terkait. Berdasarkan (*Standard Operating Procedure*) SOP ini, diharapkan

pelayanan akan tersampainya pesan dari masyarakat dapat cepat sampai dan segera untuk ditindaklanjuti.

Selain alur proses pelayan UPIK, pada *Standard Operating Procedure* (SOP) juga disampaikan kepada masyarakat melalui sosialisasi yang rutin dilaksanakan oleh Sub Bagian PIK agar masyarakat mengetahui alur pesan yang mereka kirim, bagaimana proses dan standarnya serta berapa lama waktu yang diperlukan sampai respon dan tindak lanjut sampai kembali kepada masyarakat.

Sesuai dengan *standard operating procedure* (SOP), proses pelayanan UPIK memiliki beberapa aturan waktu dalam merespon dan menindaklanjuti informasi dan aduan dari masyarakat. Batas waktu bagi petugas admin UPIK untuk meneruskan pesan kepada operator SKPD atau unit kerja adalah 1 kali 24 jam. Sedangkan batas waktu bagi operator SKPD atau unit kerja untuk merespon pesan adalah 2 kali 24 jam, kemudian untuk koordinasi dan tindak lanjut yang melibatkan SKPD dan unit kerja respon diberikan waktu 6 kali 24 jam.

Gambar 3.4

Tampilan Aplikasi pada Admin UPIK



Sumber : Dokumentasi milik Sub Bagian Pengelolaan Informasi dan Keluhan Tahun 2013 dan 2014

Dalam pelaksanaan UPIK pada Tahun 2013 dan 2014 secara umum sudah berjalan sesuai dengan SOP yang ada dan jumlah pesan baik itu informasi ataupun keluhan yang disampaikan oleh masyarakat juga semakin meningkat setiap tahunnya. Pada pelaksanaan UPIK di Tahun 2013 dan 2014 terdapat peningkatan jumlah pesan yang cukup signifikan. Pada Tahun 2013 jumlah pesan yang masuk sebanyak 3977 pesan, sedangkan di Tahun 2014 terdapat kenaikan jumlah pesan sebesar 4951 pesan atau naik 974 pesan (19,7%).

Secara umum pelaksanaan UPIK sudah terlaksana sesuai dengan perencanaan dari sosialisasi hingga proses pelayanannya, meskipun begitu masih perlu adanya

peningkatan-peningkatan kembali untuk mengoptimalkan pelayanannya kepada masyarakat. Berikut ini adalah hasil wawancara peneliti kepada salah satu masyarakat Kota Yogyakarta dari Kecamatan Umbul Harjo.

”Responnya dari UPIK ini cepat sih dan dibalas juga. Jadi dulu pernah memberikan informasi kalau lampu jalan didekat rumah saya mati. Saya terus SMS tidak lama dibalas dan tiga hari kemudian lampu jalan sudah diperbaiki. Setahu saya juga SMS kita itu masuk ke admin Humas dan langsung di *forward* ke Operator SKPD teknisnyadan menurutku itu sudah cepat” (Wawancara Selfrina Scundari, A.md (26 Tahun), Masyarakat Kampung Celeban, Kec.Umbul Harjo, 29 April 2015 Pukul 12:30 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dilihat bahwa masyarakat sudah mengerti tentang tujuan dan mekanisme dari pelaksanaan UPIK. Humas dalam pengelolaan UPIK secara rutin setiap triwulanan melakukan rapat koordinasi dengan operator teknis yang ada di SKPD-SKPD Pemerintah Kota Yogyakarta dan kecamatan. Dalam rapat koordinasi ini selain membahas tentang perkembangan kinerja dalam proses pelayanan UPIK, juga dilakukan evaluasi terhadap operator teknis UPIK.

Dari hasil data yang diperoleh peneliti didapatkan bahwa sebagian besar dari operator teknis UPIK sudah merespon informasi dan keluhan masyarakat dengan baik dan tepat pada

waktunya. Namun, masih ada beberapa operator teknis yang belum merespon masyarakat sesuai dengan ketentuan SOP.

3.1.3.2 Pelaksanaan Program Kehumasan

a. Pengelolaan Website

Pada pengelolaan *hardware* dan *software*, *website* Pemerintah Kota Yogyakarta dilakukan oleh Bagian Teknologi dan Informasi (TIT), sedangkan untuk pengelolaan konten/isi dari *website* dikelola oleh Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta. Secara umum isi dari *website* Pemerintah Kota Yogyakarta terdiri beberapa pilihan laman yaitu: laman beranda, laman tentang informasi Pemerintah Kota Yogyakarta, laman pemerintahan, laman tentang jenis pelayanan, laman tentang koran “Info Kota”, dan laman kontak Pemerintah Kota Yogyakarta.

Pada laman beranda masyarakat dapat secara langsung mengakses *update* berita seputar Pemerintah dan Kota. Terdapat beberapa kategori berita yang dimuat pada *website* Pemerintah Kota Yogyakarta yaitu: Pariwisata, Ekonomi, Pokok dan Tokoh, Transportasi, Aktualita Jogja dan Berita Utama.

Selain itu, pada laman beranda juga terintegrasi dengan sub domain dari SKPD lain yaitu: 1) sub domain layanan pengadaan secara elektronik (LPSE), 2) sub domain Dinas Pariwisata dan Budaya, 3) sub domain BAZNAS, 4) sub domain Bagian Hukum, 5) sub domain Dinas Pendidikan, 6) sub domain Dinas Perizinan,

7) sub domain KPU, 8) sub domain konsultasi belajar Siswa Dinas Pendidikan, 9) sub domain kerjasama, 10) sub domain Unit Pelayanan Informasi dan Keluhan (UPIK), dan 11) sub domain perpustakaan Kota Yogyakarta.

Sub domain dari *website* Pemerintah Kota Yogyakarta yang dikelola secara khusus oleh Bagian Humas dan Informasi adalah Sub domain UPIK dan klipng. Dalam laman beranda juga terdapat *travel guide*, forum diskusi, *online survey* dan akses e-mail ke Pemerintah Kota Yogyakarta.

Humas setiap harinya melakukan analisis terhadap pemberitaan di media massa dengan bentuk klipng. Kemudian klipng tersebut di *upload* oleh Humas melalui *website* Pemerintah Kota Yogyakarta atau langsung ke Sub domain klipng dengan alamat klipng.jogjakota.go.id, sehingga masyarakat dapat mengakses secara langsung hasil klipngdari Humas.

Kemudian laman seputar informasi Kota Yogyakarta. Laman ini berisi tentang visi dan misi Kota Yogyakarta, lambang dan identitas Kota Yogyakarta, sejarah Kota Yogyakarta, letak geografis Kota Yogyakarta dan peta. Selanjutnya laman tentang informasi seputar pemerintahan. Laman ini berisi beberapa pilihan: 1) tentang profil Walikota dan Wakil Walikota, 2) informasi tentang instansi dimulai dari Bagian Sekretariat Daerah dan jajarannya, dinas-dinas, kecamatan dan kelurahan serta

lembaga teknis daerah. 3) informasi tentang keuangan, disini seluruh laporan-laporan keuangan dapat diakses dan juga diunduh langsung datanya oleh masyarakat.

Laman selanjutnya yaitu tentang pelayanan yang berisi beberpa jenis pelayanan. Pada laman ini dimuat tentang informasi dan tata cara pembuatan KTP, parkir, retribusi pelayanan kesehatan, pembuatan AKTA, pajak-pajak dan lain sebagainya. Terakhir adalah laman tentang Media Info Kota “MIK” yang berisi pilihan tentang Berita, *Travel Guide*, investasi dan AMDAL. Keenam, berisi tentang info kontak, buku tamu dan forum diskusi. Selain mengelola konten dari *website* Pemerintah Kota Yogyakarta, setiap harinya Humas melakukan kliping dan analisis terhadap berita yang dimuat oleh media cetak mengenai Pemerintah Kota Yogyakarta. Hasil kliping dan analisis tersebut kemudian secara rutin juga di muat pada sub domain kliping yaitu kliping.jogjakota.go.id.

b. Pemuatan Peraturan Kebijakan dan Laporan di Media Massa Koran

Pemuatan peraturan kebijakan dan laporan di media massa (koran) merupakan salah satu bentuk kerjasama antara Sub Bagian Humas dengan media massa. Pemuatan peraturan ini biasanya berupa Peraturan Daerah (PERDA), Peraturan Walikota

(PERWAL) ataupun Peraturan dari DPRD yang harus dipublikasikan kepada masyarakat.

Selanjutnya adalah pemuatan laporan-laporan yang merupakan salah satu bentuk keterbukaan akan informasi kepada masyarakat. Sub Bagian Humas secara periodik setiap akhir tahun dengan melakukan *blocking* halaman di koran (media massa). Laporan ini biasanya berupa laporan keuangan LPPD dan Pemuatan LKPD yang sudah diaudit dengan BPK.

Pada pelaksanaan pemuatan kebijakan di media massa cetak yang ada di Yogyakarta Tahun 2013, Humas tidak melakukan sosialisasi kebijakan. Karena pada tahun tersebut tidak ada kebijakan yang keluar dan perlu disosialisasikan. Sedangkan pada Tahun 2014 terdapat tiga peraturan yang dikeluarkan, yaitu: 1) Peraturan Walikota (PERWAL) mengenai penyelenggaraan perijinan Nomor 20 Tahun 2014, 2) PERWAL mengenai bantuan kebakaran pada masyarakat Nomor 29 Tahun 2014, 3) PERWAL mengenai jam belajar masyarakat Nomor 53 tahun 2014.

c. Koodinasi Internal Pemerintah Kota Yogyakarta

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya jika Bagian Humas Pemerintah Kota Yogyakarta melakukan perencanaan dalam menjaga hubungan kepada internalnya. Rencana kegiatan yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam

menjaga hubungan baik dengan internal dilakukan dengan cara koordinasi secara informal dan rapat.

Agenda yang masuk dalam Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) adalah agenda rapat koordinasi dengan operator UPIK (Unit Pelayanan Informasi dan Keluhan) setiap triwulanan, Rapat Bulanan, Rapat IKM, Rapat Koordinasi dengan PPID, Rapat Koordinasi internal dan Rapat Koordinasi dengan SKPD. Sedangkan untuk koordinasi informal baik itu didalam internal Humas dan SKPD ataupun unit-unit lain dilakukan secara tentatif dan fleksibel. Koordinasi informal ini bisa berupa diskusi ringan ataupun juga himbauan-himbauan.

Kepala Bagian Humas dan Informasi dan SKPD lain secara rutin setiap satu bulan sekali mengadakan koordinasi rutin dengan Walikota. Rapat Koordinasi ini membahas berbagai hal, termasuk juga permasalahan-permasalahan dan keluhan dari masyarakat.

Rapat koordinasi dengan operator UPIK pada Tahun 2013 dan 2014 sudah dilaksanakan secara rutin setiap triwulanan. Pada rapat ini selain sebagai bentuk koordinasi antar SKPD dan membahas keluhan masyarakat, juga membahas seputar keluhan ataupun permasalahan yang terjadi pada SKPD teknis operator UPIK. Selain itu, rapat ini sekaligus juga menjadi sarana evaluasi bagi kinerja pejabat teknis pelaksana UPIK. Misalnya jika ada operator UPIK yang kurang *responsive*, biasanya admin UPIK akan

mengingatkan secara langsung pada saat rapat tersebut. Selain rapat-rapat yang telah diuraikan, Humas dan SKPD lain dan pejabat tinggi pemerintah kota secara informal melakukan koordinasi-koordinasi rutin.

Dalam internal Bagian Humas dan Informasi juga sesuai dengan pengamatan peneliti sering melakukan koordinasi yang bersifat informal, tidak terjadwal dan sesuai dengan kebutuhan. Misalnya, koordinasi dalam perencanaan RENSTRA dan RKA Humas melakukan koordinasi-koordinasi antar sub bagian yang sifatnya lebih informal dan tidak terjadwal.

Gambar 3.5
Koordinasi Internal Triwulanan UPIK dengan operator SKPD/Unit Kerja
Pemerintah Kota Yogyakarta



Sumber : Dokumentasi Bagian Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Tahun 2014

d. Kerjasama dan Pengelolaan Hubungan Baik dengan Media

Dalam menjaga kerjasama yang baik dengan media, Sub Bagian Humas setiap harinya menulis *release* dan memberikan jadwal penting Pemerintah Kota kepada media. *Release* yang

dibuat bisa berupa *ceremony* ataupun kegiatan yang lainnya. Staff pada Sub Bagian Humas Pemkot juga selalu mengikuti kegiatan Walikota baik diinternal Pemerintahan Kota maupun kedaerah-daerah.

Selain kegiatan diatas, Sub Bagian Humas juga melakukan kerjasama dengan baik dengan media-media cetak yang ada di Kota Yogyakarta seperti dengan surat kabar Kedaulatan Rakyat, Tribun Jogja, Republika, Radar Jogja dan lain sebagainya. Sub Bagian Humas juga memberikan fasilitas kepada media dalam pelaksanaan jumpa pers dari tempat pelaksanaan hingga narasumber yang dibutuhkan oleh media.

Berdasarkan pengamatan peneliti, fasilitas ruang jumpa pers yang dimiliki oleh Humas masih kurang memadai. Ruang jumpa pers yang dimiliki oleh Humas tidak terlalu besar, selain itu meja ataupun kursi yang ada di ruang jumpa pers juga perlu di perbaharui. Hal ini sangat penting demi kenyamanan dan optimalnya pelayanan Humas dalam memberikan informasi kepada wartawan yang diundang untuk meliput.

Humas melakukan berbagai cara untuk melakukan pengelolaan Hubungan baik, misalnya seperti yang tercantum dalam Dokumen Rencana Anggaran (DPA) milik Bagian Humas dan Informasi terdapat agenda *Press Tour* dan fasilitas jumpa pers untuk media. Humas dan Walikota juga secara khusus

mengucapkan dan mengirimkan kue *tart* ke kantor-kantor redaksi media yang sedang berulang tahun. Untuk pelaksanaan *Press Tour* pada Tahun 2013 Humas mengajak rekan-rekanan media yang ada di Yogyakarta untuk melakukan studi banding di Kota Palembang, sedangkan untuk *Press Tour* Tahun Humas mengajak rekana media untuk studi banding ke Kota Makasar.

Selain melakukan kegiatan yang terencana seperti yang telah disebutkan sebelumnya, Humas secara informal rajin mengunjungi kantor-kantor redaksi media untuk sekedar menanyakan kabar dan kumpul bersama ditempat yang santai seperti warung-warung bakmi, warung makan dan juga angkringan. Humas juga secara rutin datang langsung mengunjungi kantor redaksi media dengan membawa hantaran kue *tart* dan mengucapkan selamat ulang tahun untuk media.

“Untuk mengunjungi kantor media sifatnya ya... hanya seperti kerumah teman. Misalnya saya baru pergi kemana dan lewat kantor media saya mampir. Bisa tanya kabar, diskusi apa yang lagi jadi *trend* sekarang. Justru dengan pendekatan informal seperti itu kemudian terbangun komunikasi yang baik dengan media. Dampak yang terjadi adalah berita yang muncul jadi lebih *friendly* lagi dengan pemerintah kota. Target kita tidak hanya *output*, tapi juga dampak baik yang kami inginkan. Bagaimana berita-berita yang muncul itu tidak terlalu menohok sekali”.
(Wawancara, Kepala Bagian Humas dan Informasi Ignatius Trihastono, S.Sos, 23 April 2015, Pukul 10:30)

Upaya lain dari Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam mempererat hubungan dengan media adalah dengan melibatkan media dalam kegiatan yang dilakukan oleh Humas. Misalnya, kerjasama Humas dengan melakukan Pertunjukan Rakyat (PERTUNRA) di halaman kantor redaksi Kedaulatan Rakyat (KR). Contoh lain adalah kerjasama kegiatan antara Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dengan Koran Tribun Jogja dengan mengadakan kegiatan *event Car Free Day* “JOGJA KREATIF” *event* ini dilaksanakan setiap hari Minggu pagi di minggu ketiga setiap bulannya, yang berlokasi di sepanjang Jalan Sudirman, Kota Yogyakarta.

e. Pengelolaan Eksternal dan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM)

Bagian Humas dan Informasi selalu berusaha untuk menjadi fasilitator yang baik bagi eksternalnya, salah satunya adalah melalui program UPIK. Seperti yang telah diterangkan sebelumnya secara detail dalam pelaksanaan program UPIK. Program ini merupakan wadah bagi masyarakat untuk dapat berinteraksi langsung dengan pemerintah. Humas juga secara rutin melakukan koordinasi rutin setiap tiga bulan sekali dengan operator UPIK dari kecamatan-kecamatan yang ada di Kota Yogyakarta dan melakukan sosialisasi kepada masyarakat.

Dalam konteks komunikasi Humas membentuk Kelompok Informasi Masyarakat (KIM). Kelompok ini terdapat di seluruh kecamatan-kecamatan yang ada di Kota Yogyakarta. Tujuan adanya KIM ini adalah untuk menjembatani antara masyarakat dengan Pemerintah Kota Yogyakarta selain pengoptimalan akses informasi melalui teknologi informasi. Dalam perencanaan Humas sebenarnya memiliki target pertemuan KIM sebanyak empat kali dalam satu tahun. Namun pada pelaksanaannya Humas belum melaksanakan pertemuan ini secara optimal.

Humas Pemerintah Kota Yogyakarta juga memiliki hubungan yang baik dengan eksternal lain, seperti yang disampaikan oleh Kepala Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta dalam petikan wawancara berikut ini:

“Kami kan selalu bersinggungan dengan mereka, kami juga berhubungan baik dengan Ombudsman Indonesia, Ombudsman Daerah, LSM dengan Forti yang ada disini. Kami juga selalu mengkomunikasikan kira-kira isu-isu yang berkembang atau komplain dari warga harus ditindak lanjuti atau bagaimana. Kami pun juga cukup komunikatif dengan Komisi Informasi dan Komunikasi yang kami lakukan juga bersifat tentatif jadi tidak ada jadwal khusus” (Wawancara, Kepala Bagian Humas dan Informasi Ignatius Trihastono, S.Sos, 23 April 2015, Pukul 10:30).

Cara lain bagi Humas dalam menjaga hubungan baik dengan eksternal termasuk masyarakat ada dengan melibatkan masyarakat dalam kegiatan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta. Contohnya pada program kegiatan PERTUNRA (Pentas Pertunjukan Rakyat), Humas melibatkan berbagai komunitas seni

seperti komedian dan lainnya. Humas menggunakan pertunjukkan seni untuk menyampaikan pesan dan informasi dengan cara yang berbeda seperti pertunjukan seni.

3.1.3.3 Pelaksanaan Program Promosi dan Publikasi

a. Pengelolaan Media Tradisional

Sub Bagian Promosi dan Publikasi (Sub Bag PP) Pemerintah Kota Yogyakarta memiliki dua program kegiatan yang berhubungan dengan media tradisional yaitu, Pameran Sekaten dan Pertunjukan Rakyat (PERTUNRA). **Pertunjukan Rakyat (PERTUNRA)** seperti yang telah dijelaskan sebelumnya jika PERTUNRA merupakan salah satu inovasi dari program yang ide awal kemunculanya karena mendapatkan turunan tugas dari KEMKOMINFO tentang penggunaan media tradisional sebagai sarana penyampai informasi kepada masyarakat.

Pertunjukkan rakyat yang dilaksanakan oleh Humas ini tidak hanya berbentuk pertunjukan tradisional, akan tetapi dalam pelaksanaanya oleh Sub Bagian Promosi dan Publikasi selalu mencoba untuk menghadirkan konsep-konsep acara yang menarik dan *fresh* seperti dengan menggandeng komunitas-komunitas terkenal di Yogyakarta. Misalnya dengan menggelar pertunjukan seperti drama teater dan komedi, dari pertunjukan ini Humas akan menyisipkan pesan-pesan yang perlu disampaikan kepada masyarakat.

Agar menarik animo masyarakat akan pertunjukan ini, Humas mengundang komunitas-komunitas yang populer dikalangan masyarakat Yogyakarta ataupun komunitas-komunitas yang memiliki potensi yang menarik untuk dijadwalkan mengisi pertunjukan.

“Kita sering melakukan kerjasama dengan komedian-komedian seperti Selo Selo yang dikomandani oleh mas Anang Batas, Alit Jabang Bayi dan lebih kepada komedi plesetan. Selain dengan komedian Selo Selo kita juga mengajak rekan-rekan dari Orkes Tawa, Teater Sego Gurih, dan teater dari siswa SMA dan SMK. Melalui komedi ini Humas menyisipkan pesan-pesan kepada masyarakat. Humas Pemkot dalam pertunjukan ini memilih kelompok-kelompok yang memang sudah dikenal oleh masyarakat” (Wawancara, Kasubbag Promosi dan Publikasi Tutiek Susiatun, 23 April 2015).

Dalam beberapa kesempatan guna mempererat hubungan antara Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dengan media, Humas melakukan beberapa kerjasama dalam program kegiatan pertunjukan rakyat. Kerjasama ini seperti antara Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dengan Harian Kedaulatan Rakyat (KR) dengan melakukan penyelenggaraan pertunjukan rakyat di halaman kantor redaksi Kedaulatan Rakyat.

Dalam pelaksanaannya, acara ini sudah ada sejak Tahun 2013. Pada tahun tersebut karena masih dalam masa percobaan maka Sub Bagian Promosi dan Publikasi mengadakan Pertunjukan Rakyat (PERTUNRA) hanya sebanyak satu kali saja dalam setahun.

“...sosialisasi melalui Pertunjukan Rakyat (PERTUNRA). Ditahun 2013 karena baru kita mencoba 1 kali dalam setahun, karena menurut hasil evaluasinya berhasil di Tahun 2014 kita melakukannya 10 kali. Namun karena keterbatasan anggaran dan waktu di Tahun 2015 ini kita mengadakannya sebanyak 7 kali” (Wawancara, Tutiek Susiatun, S.PT (Ka Subag PP), 23 April 2015).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut terdapat peningkatan yang cukup signifikan akan jumlah pelaksanaan PERTUNRA di Tahun 2013 dan 2014. Tahun 2013 merupakan tahun pertama Sub Bagian Promosi dan Publikasi menggelar PERTUNRA dan Humas melaksanakan PERTUNRA ini sebanyak satu kali dalam satu tahun. Hasil dari percobaan gelaran tahunan ini ternyata cukup efektif sebagai saluran penyampaian informasi kepada masyarakat. Oleh karena itu, di Tahun 2014 Sub Bagian Promosi dan Publikasi diminta untuk melaksanakan PERTUNRA sebanyak 10 kali dalam satu tahun.

Pada pelaksanaan meskipun berjalan dengan sukses, Sub Bagian Promosi dan Publikasi mengalami kewalahan jika harus menggelar PERTUNRA sebanyak 10 kali seperti pada Tahun 2014. Hingga dimulai pada Tahun 2015, Sub Bag Promosi dan Publikasi melaksanakan PERTUNRA sebanyak 7 kali dalam satu tahun. Gelaran ini direncanakan pada bulan Maret, April, Mei, Juni, Agustus, September dan Oktober. Kemudian untuk tema, konsep dan pengisi acara yang berbeda disetiap pelaksanaanya.

Acara PERTUNRA memang cukup sukses dalam pelaksanaannya dari Tahun 2013 hingga saat ini. Hal ini dapat dibuktikan dengan cukup besarnya antusias serta tanggapan dari masyarakat. Seperti disampaikan oleh masyarakat Kota Yogyakarta yang menjadi salah satu informan dalam penelitian ini.

”Oh iya ada dan saya tahu juga tentang acara PERTUNRA itu, beberapa kali juga saya sempat menonton. Menurut saya cara yang bagus juga untuk menyampaikan pesan ke masyarakat melalui seni dan budaya. Bisa jadi wadah ekspresi seni juga bagi masyarakat. Karena pengisinya juga saya lihat dari lokalitas Jogja juga.” (Wawancara, Udi Harsono, S.Si, M.Si (46 Tahun) masyarakat Kota Yogyakarta, 29 April 2015, Pukul 10:00)

Gambar 3.6

PERTUNRA dengan teater SEGO GURIH



Sumber : Dokumentasi Pemerintah Kota Yogyakarta Tahun 2014

Program kegiatan dengan menggunakan media tradisional selanjutnya adalah **Pameran Sekaten**. Pameran Sekaten merupakan *event* budaya tahunan dan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dan secara rutin melakukan pameran. Tema dari

pameran Sekaten ini adalah “Harmonisasi Religi, Budaya dan Ekonomi”. Agenda kegiatan ini merupakan turunan dari program-program terdahulu dan sudah sejak lama dilaksanakan.

Dalam pameran sekaten, Humas menjadi koordinator dari berbagai SKPD-SKPD yang ada di Pemerintah Kota Yogyakarta yang mempunyai potensi ataupun isian pameran yang bisa disampaikan ke masyarakat. Seperti prestasi atau hasil kinerja yang sudah berhasil dicapai. Dalam kegiatan pameran sekaten Humas juga bekerjasama dengan pihak-pihak dari eksternal, seperti dengan Taman Pintar yang membawa beberapa sarana permainan edukasi di tempat pameran.

Selain Taman Pintar, Humas juga mengikutsertakan KPMP (Kantor Pemberdayaan Masyarakat dan perempuan) yang memiliki ruang sahabat anak dan ruang laksasi, sehingga ibu-ibu yang menyusui bisa datang langsung ke anjungan dari Humas Pemerintah Kota Yogyakarta. Pihak lain yang ikut berpartisipasi dalam pameran ini adalah Badan Lingkungan Hidup (BLH). Badan Lingkungan Hidup (BLH) sendiri mengedukasi cara mengolah sampah dan pupuk. Kemudian ada XT Square, Bank Jogja, PDAM Tirta Marta. Selain sebagai ajang pameran bersama pihak-pihak yang bekerjasama, juga sebagai wadah untuk melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat. Apalagi dalam pameran ini

biasanya pengunjung dari pameran Sekaten ini selain masyarakat Yogyakarta juga turis-turis domestik hingga mancanegara.

b. Pengelolaan Media Elektronik

Selain program kegiatan dengan media tradisional, Sub Bagian Promosi dan Publikasi mengelola beberapa program kegiatan dalam pengelolaan media elektronik, dengan melakukan bekerjasama bersama stasiun Televisi dan Radio lokal Di Yogyakarta. **Pertama, Kerjasama dengan Televisi di Lokal Yogyakarta.** Bentuk kerjasama ini dalam hal pembuatan program acara, pemutaran ILM (Iklan layanan Masyarakat), *advertorial* dan dokumentasi dengan semua Televisi lokal di Yogyakarta, kecuali dengan Adi TV. Bersama TVRI Humas membuat program acara “Obrolan Balaikota” yang jadwal penayangannya disetiap hari Jum’at pada minggu kedua disetiap bulannya dari Pukul 18:00 – 19:00 WIB.

Format dari acara “Obrolan Balaikota” ini berupa dialog interaktif dengan menghadirkan narasumber sesuai dengan SKPD-SKPD terkait yang ada di Pemerintah Kota Yogyakarta. Kemudian narasumber dari masyarakat yang sudah mendapatkan manfaat dari program SKPD sebagai testimoni. *Taping* dari program ini yang dilakukan tidak hanya distudio, akan tetapi juga diluar ruang (*outdoor*). Sebagai bagian hiburan dan kesenian Humas Pemerintah Kota Yogyakarta menunjuk perwakilan dari

kecamatan-kecamatan yang ada dikota Yogyakarta untuk secara bergilir *perform*. Perwakilan kecamatan juga mendapatkan kesempatan untuk mengisi dengan menghadirkan potensi kesenian ataupun potensi lain yang cocok dengan tema acara.

Namun setelah berjalannya waktu dialog interaktif dirasa sudah mulai berkurang peminatnya. Oleh karena itu, Sub Bagian Promosi dan Publikasi bekerjasama dengan SKPD lain mencoba untuk mengangkat potensi daerah dan mengajak Walikota untuk interaktif langsung dengan masyarakat, dan ternyata model seperti ini mampu meningkatkan rating dan minat masyarakat. TVRI juga setiap bulan secara rutin mendapatkan laporan survei *rating* dari nealson.

Untuk program-program dari Humas sendiri tidak bersifat menutup diri dan stagnan. Humas selalu menerima masukan atau ide misalnya dari pihak ketiga seperti tim produksi atau pihak lainnya, selama masukan tersebut menarik dan tetap pada koridor Humas selalu berani untuk mencoba. Kerjasama lain TVRI adalah dengan melakukan kerjasama dalam pemutaran Iklan Layanan Masyarakat (ILM).

Gambar 3.7

Taping Program Acara Obrolan Balaikota



Sumber : Dokumentasi Humas Pemkot Yogyakarta Tahun 2014

Bekerjasama dengan Jogja TV Humas memiliki program acara “Greget Kampung” yang ditayangkan disetiap hari Kamis pada minggu ketiga jam 17:00 – 18:00 WIB. Konsep dari acara ini adalah dialog interaktif. Namun, karena keterbatasan lokasi studio yang cukup jauh, Humas melakukan perubahan konsep menjadi *taping*, sehingga bisa memaksimalkan potensi wilayah. Humas juga bekerjasama dengan kelurahan untuk memetakan lokasi *shooting* dan berdiskusi dengan mereka. Bentuk dari acara ini berubah menjadi *mini feature* dengan narasumbernya itu adalah lurah, tokoh masyarakat atau masyarakat dan pelaku langsung.

RB TV Humas mengelola program acara “Ngobras Jogja” atau ngobrol bareng seputar Jogja. Penayangannya disetiap hari Senin pada minggu keempat Pukul 15:30 – 16:30 WIB. Karena RB TV sudah di-*blocking* oleh Kompas TV, sehingga siaran di RB TV menjadi sangat terbatas. Kemudian Humas Pemerintah Kota

Yogyakarta juga mendapatkan *free blocking time* untuk program acara obrolan pagi di RB TV setiap hari Senin 10.15 – 10:45 WIB. Program ini juga melibatkan seluruh SKPD yang ada di pemerintah kota Yogyakarta yang jadwalnya diatur secara bergilir kita gilir. Tapi jika terdapat *event* besar atau penting SKPD akan dikoordinasikan jika ada kemunduran jadwal.

Gambar 3.8

Taping Program Acara Ngobras Jogja



Sumber : Dokumentasi Humas Pemkot Yogyakarta Tahun 2014

Humas Pemerintah Kota Yogyakarta memiliki beberapa program acara yang bekerjasama dengan radio lokal Yogyakarta. Program siaran “Angkringan Pakde Harjo” merupakan program yang dibuat bekerjasama dengan Radio Star Jogja FM. Acara tersebut rutin dilaksanakan setiap hari rabu pada minggu pertama disetiap bulan dari pukul 07:00 – 09:00 WIB.

Narasumber dalam program siaran “Angkringan Pakde Harjo” diambil dari SKPD-SKPD yang ada di Pemerintah Kota Yogyakarta dan tema serta isunya berbeda-beda. Misalnya tentang masalah sosial, kebencanaan, kesehatan, kepemudaan, kebudayaan dan lain-lain. Selain bekerjasama siaran radio, Humas juga bekerjasama dalam hal penulisan dengan Koran Harian Jogja (Harjog). Jadi, bagi masyarakat yang terlewatkan dan tidak mendengarkan angkringan pakde harjo di malam hari, maka di pagi hari bisa baca ulasan hasil siaran di koran Harjog (Harian Jogja). Acara ini sudah berlangsung sejak Tahun 2014.

Program selanjutnya adalah dialog interaktif “Walikota Menyapa”. Pada awal pelaksanaan, program ini merupakan program dari Bagian Promosi dan Publikasi. Akan tetapi mulai tahun 2013 acara ini diampu oleh Sub Bagian Pengelolaan Informasi dan Keluhan (Subbag PIK). Acaranya disiarkan setiap hari Senin dan Kamis mulai 07:30 – 08:00 WIB yang memiliki konsep dialog secara interaktif dengan bapak walikota atau SKPD-SKPD yang ada di Pemkot Yogyakarta.

Dalam acara ini masyarakat bisa langsung berpartisipasi melalui layanan telepon. Selain disiarkan di RRI, acara ini juga *relay* atau disiarkan di radio lainnya seperti MBS, Sonora dan Sindo Trijaya. Tapi setelah berjalannya waktu acara ini dipindahkan ke Sub Bagian Pengelolaan Informasi dan Keluhan (Subbag PIK),

karena selain interaktif, informasi yang disampaikan oleh masyarakat melalui program ini lebih banyak berupa masukan dan keluhan. Sehingga setelah mendapatkan pertimbangan oleh Humas sepertinya program acara ini lebih cocok masuk ke dalam program UPIK. Akhirnya Program “Walikota Menyapa” pindah ke program milik Sub Bagian Pelayanan Informasi dan Keluhan (Subbag PIK) pada Tahun 2012.

Acara dialog interaktif “Dimensi” di RRI, acara ini berkonsep dialog yang disiarkan menjelang siang setiap hari Senin pada minggu keempat. Durasinya setiap satu jam dari pukul 08:00 –09:00 WIB dengan menghadirkan berbagai narasumber. Kemudian terdapat program acara siaran keagamaan yaitu lima agama di RRI. Misalnya untuk agama Islam dengan melakukan siaran sholat jumat, Kristen dan Khatolik dengan siaran misa di Gereja, Hindu dan Budha melakukan siaran pembinaan yang menghadirkan biksu. Untuk jadwal sendiri menyesuaikan dengan jadwal yang dimiliki RRI. Disetiap bulan radio-radio yang bekerjasama dengan Humas Pemkot akan memberikan hasil rekaman berupa kepingan CD sebagai laporannya.

Selain melakukan kerjasama dalam bentuk siaran acara, Humas Pemerintah Kota juga bekerjasama dalam bentuk pemutaran Iklan Layanan Masyarakat (ILM). Seperti dengan Radio RRI, MBS, Sonora, Sindo Trijaya, Rakosa dan Jiz FM, Radio

Global, Yasika FM dan Unisi FM. Iklannya tentu berhubungan dengan iklan pemerintahan yang segmentasinya adalah masyarakat secara luas. Humas Pemkot juga merencanakan anggaran untuk fasilitas dokumentasi sebagai arsip dari kegiatan-kegiatan besar dan penting dari pemerintah kota. Dokumentasi ini buat per kegiatan dan dokumentasi pertahun seperti kaleodoskop tahunan.

c. Pengelolaan Media Luar Ruang

Untuk media luar ruang Humas Pemkot menggunakan baliho/*billboard* yang berada di tiga titik strategis Kota Yogyakarta. Humas menggunakan baliho selain sebagai sosialisasi mengenai *event*, juga dipinjamkan ke masyarakat dan juga organisasi kemasyarakatan yang memiliki kegiatan. Selain dalam bentuk baliho, terdapat juga ada spanduk yang lebih utama untuk hal-hal yang bersifat sosial. Selanjutnya adalah *videotron* yang terletak didepan gedung Bank Indonesia.

Di Yogyakarta terdapat 13 *videotron* yang sudah memiliki perjanjian dan kerjasama dengan dinas pajak dan Pemerintah Kota Yogyakarta. Pemerintah Kota Yogyakarta mendapatkan hak 30% dwaktu penayangan dan pihak pemilik *videotron* memiliki 70% waktu penayangan. Hasil kerjasama ini digunakan Pemutaran CD Spot berupa Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dan *advertorial* yang dimiliki oleh Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta.

d. Pengelolaan Media Cetak dan Dokumentasi

Media cetak yang diterbitkan oleh Humas Pemkot ada dua jenis. Dalam bentuk koran dan juga majalah. Untuk koran yang dicetak bernama Koran Media Info Kota (MIK) yang segmentasinya adalah masyarakat kota Yogyakarta. Koran ini memiliki sebaran distribusi hingga ke tingkat RT dan RW yang dikirimkan melalui PT Pos Indonesia. Konten isinya selain berisi tentang kegiatan-kegiatan pemerintah kota juga kita memfasilitasi potensi apa saja yang bisa diangkat dari suatu wilayah sehingga bisa dicontoh oleh wilayah lain, selain itu Humas juga menerima bahan tulisan dari masyarakat. Jika masyarakat belum mampu menulis dan sebatas memberikan undangan kepada Humas, maka bagian Humas akan meliput langsung ke lokasi.

Koran Media Info Kota (MIK) dicetak sebanyak 15000 eksemplar di setiap edisinya. Setiap tahun terdapat 8 edisi dan terbit dimulai pada bulan Februari sampai September. Mulai tahun 2015 Humas mulai membuat dengan format kolom, yang isinya terdapat kolom pemerintahan, kolom UMKM, Profil kepemudaan, Pojok Kuliner dan masih banyak lagi. Namun, pada pelaksanaan distribusi Koran MIK pada Tahun 2013 dan 2014 di tingkat kecamatan, RT dan RW ini masih belum optimal. Karena berdasarkan hasil temuan lapangan dan hasil survei IKM (Indeks

Kepuasan Masyarakat) distribusi Koran MIK tidak sampai kepada masyarakat sesuai dengan waktu perencanaan yaitu 1,5 bulan.

Selain koran Humas juga secara rutin menerbitkan majalah “AYODYA”. Majalah ini didistribusikan ke lingkungan Pemerintah Kota Yogyakarta. Sehingga konten isinya lebih pada kegiatan internal Pemerintah Kota Yogyakarta dan berisi tentang artikel untuk memotivasi pegawai di lingkungan Pemerintah Kota Yogyakarta. Majalah AYODYA dicetak sebanyak 3000 eksemplar sebanyak 2 edisi dalam satu tahun yaitu terbit pada bulan Juli dan September. Hal ini karena pada Bulan Juni merupakan hari ulang tahun Pemerintah Kota Yogyakarta dan pada Bulan Oktober merupakan hari ulang tahun Kota Yogyakarta.

Pada pengelolaan dokumentasi Humas secara rutin melakukan dokumentasi pada setiap kegiatan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta, baik itu kegiatan internal maupun eksternal. Dokumentasi ini berbentuk foto, *audio* (CD), hingga *audio visual* yang digunakan sebagai laporan. Dokumentasi ini selain sebagai arsip juga menjadi salah satu bahan Humas dalam melakukan publikasi terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan. Biasanya Humas juga membuat dokumentasi berupa kaleidoskop tahunan untuk Walikota dan Wakil Walikota Yogyakarta.

3.1.4 Evaluasi Program Kegiatan

Evaluasi merupakan langkah terakhir dalam segala proses dari pelaksanaan program. Tahapan ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar hasil dari pelaksanaan dan capaian yang telah didapatkan. Proses evaluasi program yang dilaksanakan oleh Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta, meliputi beberapa jenis pelaksanaan evaluasi dengan cara pembuatan laporan, seperti: Evaluasi laporan bulanan, Evaluasi Triwulanan, Evaluasi Laporan Akhir (LAKIP).

Selain Humas melakukan evaluasi dalam internalnya, Bagian Humas dan Informasi juga setiap tiga bulan sekali di evaluasi oleh Bagian Pengendalian dan Pembangunan (DALBANG). Humas secara rutin setiap satu tahun sekali juga diaudit oleh Pusat Studi Kependudukan dan Kebijakan (PSKK) dari Universitas Gadjah Mada (UGM) yaitu berupa survei mengenai Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM)

”Dalam pembuatan laporan, setiap Sub bagian yang ada di Bagian Humas dan Informasi memberikan laporan pelaksanaan kegiatannya. Kemudian dikumpulkan ke saya yaitu Bagian Analis Kegiatan, Evaluasi dan Penyusunan Laporan. Setelah saya terima, kemudian diolah menjadi laporan keseluruhan. Ada beberapa jenis laporan yang dibuat sebenarnya seperti, PENGKIN (Pengukuran Kinerja) yang dibuat setiap triwulanan, terus laporan bulanan, triwulan serta LAKIP yang diserahkan ke bagian tata pemerintahan. Evaluasi Renja setiap triwulanan yang diberikan ke BAPPEDA dan ke bagian DALBANG (Bagian Pengendalian dan Pembangunan)” (Hasil wawancara dengan Bayu Wijayanto, Bagian Analis kegiatan, evaluasi dan pelaporan, 23 April 2015, Pukul 10:35).

1. Laporan Bulanan dan Laporan Pengukuran Kinerja (PENGKIN) Triwulanan

Sesuai dengan namanya laporan ini dibuat setiap satu bulan dan tiga bulan sekali. Sama pada saat penyusunan RENSTRA, RKA dan DPA, laporan ini disusun oleh setiap sub bagian yang ada di Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta, yaitu: Sub Bagian Humas, Sub Bagian Publikasi dan Promosi serta Sub Bagian Pelayanan Informasi dan Keluhan. Setelah laporan ini dibuat, kemudian disusun oleh Bagian Analis kegiatan, evaluasi dan pelaporan. Secara sistem kedua laporan ini memiliki format penyusunan yang sama. Laporan ini berisi uraian dan indikator kinerja program, target yang ingin dicapai, realisasi dan persentase pencapaian target.

Laporan ini dibuat dengan singkat dengan menghadirkan data kuantitatif berupa angka. Misalnya jumlah kuantitatif anggaran yang dipakai, berapa target yang sudah direalisasikan dan jumlah persen capaiannya. Untuk beberapa laporan peneliti juga menemukan terdapat catatan evaluasi selama pelaksanaan program. Laporan Pengukuran Kinerja (PENGKIN) triwulanan ini dibuat 4 kali secara periodik dalam satu tahun, yaitu Triwulan (I, II, III dan IV). Kemudian pada akhirnya laporan-laporan yang telah tersebut akan disusun menjadi Laporan Akhir (LAKIP) yang dibuat setiap satu tahun sekali diakhir tahun.

2. Laporan Akhir (LAKIP)

Seperti yang telah diterangkan sebelumnya, Laporan Akhir (LAKIP) dibuat setiap satu tahun sekali diakhir tahun. Laporan ini merupakan gabungan dari laporan-laporan yang telah dibuat pada bulan-bulan sebelumnya. Alur pembuatannya pun sama seperti pembuatan laporan bulanan dan laporan PENGKIN triwulanan. Hanya saja, format dari LAKIP ini lebih detail dengan susunan laporan terdiri dari BAB (I, II, III) , penutup serta lampiran.

Berikut ini adalah hasil perbandingan persentase kinerja untuk Program untuk Program Pengembangan Komunikasi, Informasi, dan Media Massa antara Tahun 2013 dan 2014 :

- a. Perbandingan capaian kinerja kegiatan Rapat-Rapat Konsultasi dan Koordinasi ke Luar Daerah. Capaian kinerja *output* Tahun 2013 sebesar 195% dan 2014 sebesar 185%. Capaian kinerja *output* Tahun 2014 mengalami penurunan sebesar 10% karena menyesuaikan berlangsungnya kegiatan. Prosentase capaian *output* dapat melampaui target karena dalam perhitungan target kinerja *output*, anggaran untuk satu kali perjalanan dinas yang digunakan untuk keberangkatan 2 (dua) orang, memungkinkan untuk dihadiri oleh 1 (satu) orang saja dan dipergunakan untuk perjalanan dinas dengan intensitas lebih banyak.
- b. Perbandingan capaian kinerja kegiatan Penyediaan Pengelolaan UPIK dan Koordinasi *Hotline* Tahun 2013 dan 2014. Capaian

kinerja *output* tahun 2013 sebesar 100% sementara itu tahun 2014 sebesar 99.26%. Capaian kinerja *output* tahun 2014 mengalami penurunan sebesar 0.74% karena penghitungan pelaksanaan kegiatan Walikota Menyapa yang dilaksanakan 2 kali seminggu dihitung 5 minggu setiap bulan secara global. Kegiatan telah berjalan penuh selama 12 bulan meskipun tidak mencapai target.

- c. Perbandingan capaian kinerja kegiatan Peningkatan Promosi dan Publikasi Tahun 2013 dan 2014. Capaian kinerja *output* tahun 2013 sebesar 103.48 % dan 2014 sebesar 92.52%. Capaian kinerja *output* Tahun 2014 mengalami penurunan sebesar 10.96% karena penyesuaian jumlah spanduk dan *backdrop*, penayangan pidato Walikota serta dokumentasi kegiatan Pemerintah Kota dalam DVD sesuai dengan kebutuhan dari Pemerintah Kota Yogyakarta.
- d. Perbandingan capaian kinerja kegiatan Peningkatan Operasional dan Layanan Kehumasan Tahun 2013 dan 2014. Capaian kinerja *output* tahun 2013 sebesar 96.35% dan tahun 2014 sebesar 92.55%. Capaian kinerja *output* tahun 2014 mengalami penurunan sebesar 4.20% dikarenakan menyesuaikan kebutuhan Pemerintah daerah dalam melaksanakan sosialisasi Perda dan pelaksanaan *Advetorial* di media cetak.

(Sumber: Laporan Akhir (LAKIP) Tahun 2013 dan 2014)

Selain berisi tentang laporan hasil kinerja yang telah dilakukan oleh Humas dalam satu tahun, laporan akhir ini juga berisi data lengkap tentang informasi dan ketugasan-ketugasan maupun fungsi dari Bagian Humas dan Informasi dan Sub Bagiannya. Kemudian, dimuat juga tentang perencanaan yang sudah dibuat, inventaris yang dimiliki oleh Humas dan pengukuran kinerja kegiatan atau realisasi. Pada LAKIP ini juga disajikan tentang hasil evaluasi kinerja dari seluruh program dan capaiannya hingga persentase selama satu tahun. Selain hasil evaluasi, terdapat juga hasil analisis kinerja.

3. Survei Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM)

Mengadakan survei akan kepuasan masyarakat merupakan salah satu bagian dari keterbukaan dari Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dan juga demi mengoptimalkan akan pelayanan kepada masyarakat. Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta diaudit dan dievaluasi oleh pihak eksternal yaitu oleh Pusat Studi Kependudukan dan Kebijakan (PSKK), Universitas Gadjah Mada (UGM). Survei ini merupakan hasil kerjasama antara Bagian Humas dan Informasi dengan PSKK UGM. PSKK UGM sendiri merupakan lembaga independen diluar pemerintahan yang bagi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dianggap kredible untuk melakukan audit dan survei. Selain itu secara khusus PSKK UGM

ini memang melakukan survei terhadap kependudukan dan kebijakan pemerintahan.

Laporan yang dibuat oleh PSKK UGM ini bernama Laporan Akhir pengukuran IKM (Indeks Kepuasan Masyarakat), survei ini dilaksanakan setiap satu tahun sekali. Survei ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan masyarakat dalam penyediaan pelayanan oleh Bagian Humas dan Informasi. Pada Tahun 2013 PSKK UGM melakukan survei terhadap dua program yang ada di Bagian Humas dan Informasi yaitu Program Pengelolaan UPIK dan Media Info Kota (MIK). Sedangkan di Tahun 2014 PSKK UGM melakukan survei terhadap Program UPIK dan Program Kehumasan.

Laporan akhir ini disusun untuk memperlihatkan keseluruhan proses pelaksanaan kegiatan dan dengan melakukan pengukuran IKM yang telah terselenggara mulai bulan Juli hingga September. Laporan ini terdiri dari latar belakang, kajian pustaka dan regulasi; stuktur organisasi, ketugasan, dan standar teknis layanan; metode; hasil pengukuran IKM, kesimpulan, serta rekomendasi dalam rangka perbaikan pelayanan Humas. Pada tabel 3.2 ini merupakan sajian dari hasil survei IKM secara umum tahun 2013 dan 2014.

Tabel 3.2

Hasil survei IKM PSKK UGM terhadap UPIK, Kehumasan dan MIK

UPIK		
No	Indikator	Persentase
1.	Kemudahan Akses	78,54 %
2.	Informatif	Tahun 2013 : 70,94% Tahun 2014 : 74,09%
3.	Jaminan Kerahasiaan	Tahun 2013: 62,35% Tahun 2014 : 69,39%
4.	Isi dan tampilan <i>website</i>	Tahun 2013 : 69,38% Tahun 2014 : 66,72 %
5.	Responsifitas	<ul style="list-style-type: none"> • Auto reply : 98,6 % • Menerima Jawaban : 2013 56,8 % 2014 74% • respon lebih dari 3 x24 jam : 13,2 % • Kepuasan Jawaban : 60%
6.	Pelayanan secara umum	63,04%
KEHUMASAN (terhadap wartawan)		
No	Indikator	Persentase
1.	Total	74,3%
2.	Pelayanan secara umum	75,83 %
3.	Jumpa pers	77,29 %
4.	Undangan liputan	77,22%
5.	Press release	74,48%
6.	Dukungan fasilitas	60,56 %
7.	Akses Informasi	75,83%
Media Info Kota (MIK)		
1.	Kepuasan layanan	63,58%
2.	Tampilan	67,27%
3.	Penggunaan bahasa	75,36 %
4.	Isi berita	68,37%
5.	Ketersediaan	65,50%
6.	Ketepatan waktu	58,56%

Sumber : Survei IKM PSKK UGM Tahun 2013 dan 2014

Penilaian angka Indeks Kepuasan Masyarakat berkisar dari 1,00-100,00. Angka indeks semakin mendekati angka 100,00 berarti masyarakat semakin puas. Mengacu pada Keputusan Nomor 25/M.PAN/2/2004, nilai indeks diklasifikasikan menjadi empat klasifikasi kinerja, yaitu (1) tidak baik dengan nilai interval 25,00-

43,75, (2) kurang baik dengan interval 43,76-62,50, (3) baik dengan interval 62,5-81,25, dan (4) sangat baik dengan nilai interval 81,26-100,00. (Sumber:Survei IKM PSKK UGM, Halaman 28:2014).

Dari hasil survei tersebut dapat dilihat jika secara umum Humas sudah dapat mendapatkan nilai baik terhadap pelayanan kepada masyarakat. Namun, Humas masih mendapatkan penilaian kurang baik pada indikator dukungan fasilitas terhadap wartawan dan ketepatan waktu pada saat pendistribusian Media Info Kota (MIK) ke wilayah-wilayah yang ada di Kota Yogyakarta. Kemudian pada tahun 2013 Humas juga sempat mendapatkan penilai kurang baik pada indikator jaminan kerahasiaan, dan di tahun 2014 Humas dapat mendapatkan nilai baik pada indikator ini.

3.1.5 Faktor Penghambat dan Pendukung Pelaksanaan Program

Dari hasil analisis baik itu pada tahap perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi, terdapat beberapa kendala dan tantangan dalam usaha mencapai sasaran atau target yang telah direncanakan. Beberapa kendala tersebut diantaranya :

1. Jumlah Sumber Daya Manusia (SDM) pada Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta ini masih belum memadai. Jika merujuk pada Analisa Jabatan (ANJAB) maka jumlah SDM yang ada di Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta ini belum proporsional. Apalagi sejak kurun waktu

2011-2014 terjadi pengurangan jumlah pegawai. Hal ini tentu berimbas pada pegawai Humas yang memiliki tugas rangkap.

2. Kurangnya koordinasi dengan SKPD yang ada dilingkungan Pemerintah Kota Yogyakarta. Koordinasi ini tentu sangat penting, karena sebagian besar dari kegiatan yang dijalankan oleh Humas melibatkan SKPD-SKPD Pemerintah Kota Yogyakarta.
3. Saat ini tidak ada perubahan APBD yang dibuat oleh SKPD, sehingga penyerapan anggaran menjadi kurang maksimal.
4. Dalam pelaksanaan kegiatan, Humas belum melaksanakannya sesuai dengan waktu yang direncanakan, sehingga terdapat beberapa kegiatan yang dilaksanakan pada triwulan terakhir.
5. Ruang jumpa pers masih kurang memadai, padahal ruang ini merupakan tempat dan menjadi salah satu fasilitas dari Humas untuk wartawan media.
6. Untuk Sub Bagian PIK, pada program UPIK masih terdapat operator UPIK dari SKPD dan wilayah yang belum merespon informasi dan keluhan dari masyarakat dengan cepat dan tepat. Sehingga koordinasi terhadap operator tersebut perlu dioptimalkan.
7. Untuk Sub Bagian PP, Pendistribusian MIK kepada masyarakat masih belum tepat waktu sesuai dengan jadwal dan rutin. Mungkin perlu ada pihak yang bertanggung jawab untuk mengontrol pendistribusian MIK yang dilakukan oleh pihak ketiga.

Meskipun terdapat beberapa hambatan pada saat pelaksanaan kegiatan, Bagian Humas dan Informasi sendiri selalu berusaha untuk mengoptimalkan pelayanannya kepada masyarakat dan mampu melaksanakan sebagian besar perencanaan kegiatan dengan baik. Hal tersebut karena beberapa faktor yang menjadi pendukung diantaranya:

1. Adanya dukungan penuh dari atasan baik itu dari regulasi yang dibuat, anggaran dan keterlibatan atasan dalam setiap kegiatan Humas. Humas juga melibatkan SKPD atau unit-unit kerja yang ada di Pemerintah Kota Yogyakarta dalam setiap kegiatannya.
2. Hasil masukan dari masyarakat dan Humas, analisis pemberitaan dan laporan-laporan yang dibuat Humas menjadi bahan rapat oleh Walikota. Selain itu Humas selalu mendampingi walikota dan wakil walikota dalam setiap kegiatannya. Hal ini menjadi salah satu indikasi jika posisi Humas cukup penting bagi atasan dan lembaga.
3. Adanya fasilitas yang cukup memadai untuk pelaksanaan kegiatan. Misalnya inventaris untuk dokumentasi Humas, adanya ruang jumpa pers untuk wartawan, kendaraan dan lain sebagainya.
4. Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta memiliki hubungan yang sangat baik dengan media-media, baik itu media massa cetak (koran dan majalah), radio dan televisi yang ada di Yogyakarta. Humas juga memiliki hubungan yang baik dengan pihak eksternal lain baik itu swasta maupun LSM dan NGO.

5. Bagian Humas juga mampu memanfaatkan dengan baik pihak-pihak ketiga sebagai pelaksana teknis kegiatan. Misalnya kerjasama program di radio dan televisi yang diampu oleh Sub Bagian Promosi dan Publikasi.
6. Masyarakat yang mendukung dan dapat memanfaatkan kegiatan Humas dengan baik. Misalnya: masyarakat dapat memanfaatkan UPIK dengan baik sebagai media dalam menyampaikan informasi dan keluhan serta masih banyak dukungan lain dari masyarakat akan kegiatan yang dilaksanakan oleh Humas. Hal ini terlihat juga dari tanggapan hasil wawancara masyarakat kota Yogyakarta yang cukup positif responnya.
7. Bagian Humas dan Informasi pemerintah Kota Yogyakarta sangat sadar akan pelayanan terhadap masyarakat dan penyelenggaraan *Good Governance*. Terlihat dari nilai kepuasan masyarakat cukup tinggi terhadap pelayanan Humas.

3.2 PEMBAHASAN

Pada pembahasan penelitian evaluasi ini peneliti menggunakan model evaluasi PII (*Preparations, Implementing and Impact*) dari Cutlip, Center dan Broom. Seperti yang telah diterangkan pada kajian teori BAB I jika terdapat tiga level evaluasi. Pertama adalah level evaluasi pada tahap persiapan, yang berkontribusi untuk meningkatkan pemahaman dan informasi untuk menilai keefektifan suatu program. Dasar pada level ini adalah informasi digunakan untuk menguji apakah latar informasi tersebut memadai untuk membuat program yang efektif.

Selanjutnya adalah evaluasi pada level pelaksanaan program, pada tahap ini peneliti melihat apakah taktik dan usaha yang dilakukan sudah sesuai dengan perencanaan. Apakah distribusi informasi tersampaikan dan bagaimana partisipasi sasaran terhadap program kegiatan. Kemudian evaluasi pada level penilaian dampak. Tahap ini merupakan penilaian terhadap hasil dampak terhadap sasaran dan tujuan program. Apakah program ini berpengaruh terhadap perubahan pada sasaran (Cutlip dan Center, 2009:419-420).

3.2.1 Perencanaan Kegiatan

Pada level evaluasi pada perencanaan atau persiapan ini peneliti memberikan penilaian terhadap kecukupan informasi dan menguji apakah latar informasi yang dimiliki oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta sudah memadai untuk membuat perencanaan yang efektif. Hasil analisis peneliti didapatkan bahwa Humas melakukan pendefinisian problem atau analisis situasi digunakan sebagai dasar untuk memperoleh data dan informasi yang didapatkan dari beberapa sumber yang kemudian dijadikan "*fact book*" atau buku fakta.

Terdapat dua faktor yang menjadi perhatian dalam pendefinisian problem atau analisis situasi yang dilakukan oleh Humas yaitu analisis faktor internal dan faktor eksternal. Analisis faktor internal ini berhubungan dengan kebijakan, prosedur dan tindakan organisasi yang berhubungan dengan situasi problem. Kemudian analisis faktor eksternal berupa tinjauan dan studi detail terhadap siapa saja yang terlibat dan dipengaruhi dari luar organisasi atau pengumpulan informasi tentang *stakeholder* (Cutlip dan Center, 2009:328-329).

Analisis terhadap faktor internal yaitu analisis yang berhubungan dengan kebijakan, prosedur dan tindakan organisasi. Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta sebagai bagian dari organisasi, melaksanakan peran dan fungsinya sebagai penyelenggaran hubungan masyarakat dan informasi sesuai dengan Peraturan Walikota (PERWAL) Nomor. 51 Tahun 2013. Dalam peraturan ini diterangkan tentang rincian

setiap tugas dari sub bagian yang ada di Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta dan menentukan perencanaan program kegiatan yang akan dilaksanakan.

Sebagai contoh dalam Peraturan Walikota (PERWAL) Nomor. 51 Tahun 2013 Pasal 38 (3), pada pasal tersebut diterangkan tentang ketugasan dari Bagian Pengelolaan Informasi dan Keluhan dan mejadi pedoman bagi Humas dalam membuat perencanaan dan pelaksanaan dari pengelolaan Program UPIK (Unit Pelayanan Informasi dan Keluhan).

Saat ini melalui pemberlakuan Undang-undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP), telah memberikan dampak nyata terhadap badan publik termasuk Pemerintah Kota Yogyakarta. Pemberlakuan undang-undang ini merupakan salah satu wujud dari pemerintah Indonesia untuk melakukan penyelenggaraan *good and clean governance*. Badan publik termasuk instansi pemerintah saat ini wajib untuk memenuhi hak tahu publik dan melibatkan publik dalam perumusan dan pengawasan kinerja pemerintah.

Dalam UU KIP secara tegas mendorong adanya transparansi dan mendorong keterbukaan bagi pemerintahan. Keterbukaan informasi ini juga yang mendorong instansi pemerintahan untuk memberikan akuntabilitas atau pertanggung jawaban mengenai apa yang dikerjakan oleh instansi pemerintahan. Hal ini yang kemudian menjadi salah satu latar informasi bagi Humas dalam analisis situasi untuk merencanakan program kegiatan yang berkaitan dengan penyelenggaraan *good governance* dan

keterbukaan informasi. Pada akhirnya pemberlakuan dari UU KIP ini juga memiliki tujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat, mendorong masyarakat untuk melakukan kontrol dan kritis akan kinerja dari pemerintah. Setelah dimulainya pemberlakuan UU KIP maka seluruh instansi termasuk Pemerintah Kota Yogyakarta melakukan pembenahan didalam organisasi termasuk dalam hal penyelenggaraan keterbukaan informasi.

Berdasarkan analisis peneliti kegiatan pendefinisian problem atau analisis situasi faktor eksternal yang dilakukan Humas adalah dengan melakukan observasi atau pemantau ke wilayah-wilayah Kota Yogyakarta yang bersifat tentatif untuk mengamati perilaku masyarakat. Kemudian melakukan studi dokumen akan hasil laporan-laporan pelaksanaan program dan evaluasi, hasil survei, kliping dan lain sebagainya. Humas juga melakukan analisis informasi dari masyarakat yang didapat dari pelaksanaan UPIK melalui SMS, siaran radio ataupun pertemuan tatap muka dan *Focus Group Discussion* (FGD) antar sub bagian yang ada di Humas. Informasi dan keluhan yang bersifat mendesak dan penting yang disampaikan melalui SMS UPIK ini dijadikan masukan bagi Humas dalam melakukan perencanaan program.

Humas juga melakukan pengamatan situasi masyarakat dan memperoleh informasi melalui keluhan-keluhan yang disampaikan oleh masyarakat. Misalnya berdasarkan hasil temuan Humas, bahwa banyak masyarakat yang mengeluh terhadap prosedur mengurus BPJS (Badan

Penyelenggaran Jaminan Sosial) yang panjang dari masyarakat yang tidak mengerti bagaimana cara mengurus BPJS. Temuan lain misalnya seputar siswa di Yogyakarta yang sering tawuran serta mengenai peraturan daerah tentang gepeng. Semua keluhan ini menjadi dasar bagi Humas dalam menentukan informasi dan perencanaan program kegiatan yang akan dilaksanakan. Perencanaan yang dilakukan misalnya dengan menjadikan informasi yang didapat oleh Humas tersebut menjadi tema-tema dari kegiatan yang akan diselenggarakan Humas.

Selanjutnya, melihat semakin meningkatnya penggunaan teknologi informasi dan komunikasi oleh masyarakat dijadikan peluang bagi Humas untuk meningkatkan pelayanan informasi dan keluhan melalui Program Pengelolaan UPIK. Masyarakat bisa dengan mudah menyampaikan informasi dan keluhan kepada Humas dimanapun dan kapanpun masyarakat berada. Perilaku masyarakat yang selalu membawa telepon genggam dalam segala kegiatannya dijadikan kesempatan bagi Humas untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat melalui SMS *broadcast*. Situasi masyarakat yang saat ini juga semakin konsumtif dalam mengakses media sosial, menjadikan Humas terus berinovasi dengan menambah media penyaluran informasi melalui media sosial seperti *facebook* dan *twitter*.

Pada studi dokumen yang dilakukan dalam analisis situasi, Humas menggunakan Laporan Akhir (LAKIP) tahunan dan hasil survei Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) dari PSKK UGM sebagai rekomendasi dan

masuk akan perencanaan program. Peneliti melihat jika Humas menggunakan studi dokumen ini untuk mempelajari secara detail tentang situasi yang ada dan menentukan perubahan apa yang harus dilakukan. Misalnya berdasar pada survei IKM Tahun 2013, UPIK masih mendapatkan penilaian rendah terhadap kepuasan jawaban dari masyarakat. Dari hasil survei tersebut Humas melakukan perencanaan ditahun berikutnya, untuk mendorong operator UPIK di SKPD melalui rapat koordinasi agar operator UPIK di SKPD dapat merespon informasi dan keluhan masyarakat lebih cepat sesuai dengan *Standard operating procedure* (SOP) pelaksanaan UPIK.

Berdasarkan dari survei IKM Tahun 2013 bahwa sebagian besar bahwa pengguna layanan UPIK sebagian besar adalah laki-laki, disini terlihat bahwa masih kurangnya partisipasi perempuan dalam penggunaan layanan UPIK sehingga perlu adanya sosialisasi khusus untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi perempuan dalam menggunakan fasilitas UPIK. Misalnya dengan melakukan sosialisasi UPIK kepada kaum perempuan seperti dengan kelompok PKK, posyandu dan lain sebagainya. Informasi dan data-data seperti contoh diatas yang kemudian didiskusikan melalui rapat koordinasi dan FGD (*Focus Group Discussions*) antar sub bagian Humas dalam merencanakan program.

Dari uraian diatas Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta sudah melakukan analisis situasi melalui beberapa sumber informasi sebelum merencanakan program. Meskipun Humas

melakukannya hanya sesuai dengan kebutuhan dan lebih banyak melakukan analisis situasi dengan cara pengamatan, sebenarnya secara tidak langsung Humas sudah melakukan penyelidikan dan pengamatan informasi, opini dan sikap yang terkait dengan kebijakan organisasi sebagai bahan dalam membuat perencanaan program.

Dalam perencanaan Program Pengembangan Komunikasi, Informasi dan Media Massa di Tahun 2013 dan 2014, Humas sudah merencanakan tiga sub program besar yang masing-masing detail kegiatannya sudah diterangkan pada sajian data sebelumnya. Berdasarkan (Dokumen Pelaksanaan Anggaran) DPA yang dibuat pada Tahun 2013 dan 2014, hasil analisis yang terlihat jika DPA Humas sudah memuat tentang target pelaksanaan program kegiatan, tolak ukur kinerja yang ingin dicapai, dan juga berisi anggaran yang direncanakan. Dalam DPA tersebut juga dicantumkan target kinerja dan sasaran yang ingin dicapai, namun sifatnya masih bersifat umum. Pada ketiga sub Program Pengembangan Komunikasi, Informasi dan Media Humas hanya mencantumkan target sasaran secara general saja misalnya masyarakat se- Kota Yogyakarta, wartawan dan pegawai.

Sebenarnya jika Humas sudah secara spesifik menentukan siapa target sasarannya sejak awal perencanaan, hal tersebut akan mempermudah Humas dalam melaksanakan program. Sasaran yang spesifik ini nantinya akan mempermudah Humas dalam menentukan pesan-pesan yang akan

disampaikan sekaligus menentukan media apa saja yang tepat digunakan sesuai dengan target pelaksanaan program.

Seperti yang telah disampaikan oleh Cutlip and Center, jika sasaran ini merupakan objek dalam rangka mencapai tujuan dari program. Dalam praktik pelaksanaannya sasaran ini berfungsi sebagai; 1) memberi fokus dan arah untuk mengembangkan strategi dan taktik program, 2) menyediakan pedoman dan motivasi bagi pihak yang mengimplementasikan program tersebut, 3) menyebutkan kriteria untuk memonitor kemajuan dan menilai dampaknya (Cutlip dan Center, 2009:368). Berdasarkan target sasaran ini maka taktik dan strategi dari perencanaan serta tujuan dapat dideskripsikan dengan jelas.

3.2.2.1 Perencanaan Humas dalam Menindaklanjuti Informasi dan Pengaduan.

Peran Humas sebagai fasilitator dalam menindaklanjuti informasi dan pengaduan terdapat pada Program Pengelolaan UPIK (Unit Pelayanan informasi dan Keluhan). Hal ini merupakan wujud dari Pemerintah Kota Yogyakarta dalam mewujudkan *good governance* dan pelaksanaan keterbukaan akan informasi.

UPIK menjadi salah satu kegiatan dari Program Pengembangan Informasi dan Komunikasi pada Bagian Humas & Informasi yang diampu oleh Sub Bagian Pelayanan Informasi dan Keluhan untuk melaksanakan pengelolaan pesan dari masyarakat berbasis teknologi informasi berupa: Pertanyaan, usul/saran, keluhan, dan informasi,

dalam rangka meningkatkan pelayanan dan kinerja birokrasi yang responsif dan transparan. Pada tahap perencanaan, Humas membuat keputusan strategis mendasar tentang apa yang akan dilakukan dan seperti apa langkahnya dalam mengantisipasi problem yang telah ditemukan (Cutlip dan Center, 2009:352).

Merujuk pada sajian data, Humas melakukan perencanaan terhadap sosialisasi UPIK. Namun menurut peneliti, Humas seharusnya bisa menjadwalkan pelaksanaan sosialisasi tidak hanya empat kali dalam satu tahun. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) pada Tahun 2014 terdapat 14 kecamatan di wilayah Kota Yogyakarta (Sumber: jogjakota.bps.go.id). Jika semua kecamatan tersebut menjadi target sasaran Humas, maka setidaknya dibutuhkan waktu empat tahun untuk menyelesaikan sosialisasi di kecamatan yang ada di wilayah Kota Yogyakarta. Sedangkan sosialisasi dan edukasi mengenai program UPIK akan efektif jika sosialisasi direncanakan secara berkala dan berulang-ulang agar masyarakat semakin paham tentang program UPIK.

Sebagai rekomendasi Humas bisa melaksanakan sosialisasi ini misalnya satu kali dalam satu bulan secara berkala. Kemudian untuk target jumlah peserta sosialisasi, Humas perlu menambah jumlah target sasaran sosialisasi. Selain itu Humas juga perlu menentukan sasaran lebih spesifik misalnya komunitas-komunitas, perempuan,

tokoh masyarakat, Kelompok ibu-ibu PKK, hingga perwakilan dari masyarakat umum yang berfungsi sebagai mitra Humas.

Seharusnya jika Humas sudah secara spesifik menentukan siapa target sarannya sejak awal, hal tersebut akan mempermudah Humas dalam melaksanakan program dan mempermudah dalam mengukur keberhasilan program. Sasaran yang spesifik ini juga nantinya bisa mempermudah Humas dalam menentukan pesan-pesan apa yang akan disampaikan sekaligus menentukan media apa yang tepat digunakan sesuai dengan target dan melaksanakan program kegiatan.

Humas melakukan perencanaan sosialisasi dengan menggunakan berbagai media sebagai saluran informasi. Humas dalam sosialisasi UPIK menggunakan media tatap muka langsung, radio, internet atau *website* melalui sub domain UPIK (www.upik.jogjakota.go.id), surat kabar hingga brosur dan stiker sebagai saluran informasi. Penggunaan berbagai media tersebut menurut peneliti cukup efektif dan mampu menjangkau berbagai kalangan dan lapisan masyarakat Kota Yogyakarta.

Pada sajian data dapat terlihat jika Humas juga merencanakan pesan-pesan yang ingin disampaikan pada saat sosialisasi. Misalnya pada sosialisasi tatap muka langsung, pesan yang disampaikan pada sosialisasi berupa pengetahuan tentang apa itu UPIK, sejarah UPIK, tujuan dari UPIK, dasar hukum UPIK, hingga media yang dapat digunakan dalam menyampaikan informasi ke UPIK, proses

pelayanan UPIK, batas waktu respon UPIK dan lain sebagainya. Selain pada media tatap muka peneliti juga melihat pesan yang disampaikan oleh Humas melalui stiker juga sudah cukup jelas, dimulai dari Nomor SMS, e-mail, *website*, telepon dan fax dari UPIK dan nomor penting Kota Yogyakarta.

Pada perencanaan proses pelayanan UPIK, Humas memiliki *strandard operating procedure* (SOP) yang harus diikuti. Menurut peneliti perencanaan pelayanan UPIK melalui SOP yang dibuat cukup komperhensif, karena sudah mencakup semua proses pelayanan dari penerimaan pesan oleh admin UPIK yang kemudian di-*forward* pada SKPD terkait, hingga batas waktu pemberian respon dan tindak lanjut atas informasi dan keluhan yang disampaikan masyarakat.

3.2.2.2 Perencanaan Humas sebagai Fasilitator Pemberi Layanan Informasi.

Humas melakukan perencanaan dalam memberikan layanan informasi melalui kegiatan-kegiatan komunikasi yang dibuatnya. Hasil dari analisis sajian data terlihat bahwa Humas sudah menggunakan semua media baik itu media elektronik televisi dan radio, media massa cetak (koran), media baru, media luar ruang hingga media tradisional.

Berdasarkan sajian data juga di temukan jika pada perencanaan Pertunjukan Rakyat (PERTUNRA) terjadi peningkatan jumlah pelaksanaan yang cukup signifikan. Hal ini karena Humas dianggap

berhasil dalam melaksanakan kegiatan ini, dan PERTUNRA ini dinilai efektif sebagai salah satu media dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Humas Meskipun tidak dicantumkan dalam Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) sudah melakukan perencanaan untuk melibatkan media dalam acara PERTUNRA, misalnya dengan mengadakan PERTUNRA di halaman kantor redaksi media.

Melalui program PERTUNRA peneliti melihat Humas berusaha untuk menyampaikan informasi melalui strategi dan cara yang berbeda yaitu berupa pertunjukan rakyat. Selain sebagai wadah dalam melestarikan berbagai kesenian, PERTUNRA ini dianggap lebih efektif dan menarik masyarakat untuk menyampaikan pesan. Pesan yang disampaikan juga sesuai dengan tema yang diangkat, misalnya pesan mengenai himbauan untuk suporter bola agar menjadi suporter santun dan damai serta pesan mengenai himbauan agar siswa sekolah tidak tawuran.

Selain sebagai penyampai informasi, melalui kegiatan ini Humas juga ingin agar masyarakat menjadi lebih dekat dengan Pemerintah Kota Yogyakarta dengan melibatkan masyarakat, komunitas dan media dalam acara PERTUNRA ini. Jadi Humas melalui acara ini pada akhirnya tidak hanya menyasar masyarakat, tetapi juga menjadi ajang Humas dalam mempererat hubungan dengan masyarakat dan media.

Pada program kegiatan Promosi dan Publikasi Humas menggunakan media elektronik yaitu televisi dan radio sebagai alat penyampai informasi pesan bagi Humas kepada masyarakat. Pemilihan kerjasama dengan dan televisi menurut Humas karena keduanya dianggap paling efektif dalam sebagai saluran informasi kepada masyarakat. Pada tahap perencanaan ini peneliti melihat bahwa Humas sudah melakukan perencanaan terhadap tema-tema yang akan diangkat oleh Humas pada Tahun 2013 dan 2014. Biasanya tema ini berkaitan dengan informasi dan keluhan dari masyarakat yang didapat saat melakukan analisis situasi. Seperti seputar kesehatan, seputar pendidikan, peraturan daerah mengenai gempeng, keluarga berencana dan lain sebagainya.

Sebagai contoh Humas mendapatkan temuan jika banyak dari masyarakat yang masih bingung terhadap prosedur dari BPJS dan mendapatkan laporan keluhan dari masyarakat yang tidak bisa mendapatkan layanan kesehatan yang cepat karena prosedur yang panjang. Disini Humas sebagai fasilitator, melalui acara dialog interaktif menyediakan ruang informasi bagi masyarakat dengan menghadirkan narasumber terkait seperti Dinas Kesehatan dan pengelola BPJS.

Pada hasil analisis situasi yang dilakukan ditemukan bahwa bapak-bapak cenderung tidak peduli, dan menganggap urusan KB adalah tugas dari ibu-ibu. Disini Humas juga mengangkat tema

tentang Keluarga Berencana (KB), untuk memberikan edukasi seputar KB bagi ibu-ibu dan meningkatkan kesadaran bagi bapak-bapak untuk ikut KB melalui vasektomi.

Selain tema pendidikan dan kesehatan Humas mengangkat tema yang berkaitan dengan Peraturan Daerah (PERDA) mengenai gepeng, tema mengenai lingkungan seperti mengenai daur ulang sampah dan selamatkan sungai dari sampah. Humas juga mengangkat tema mengenai fasilitas umum/publik, pajak, ketertiban dan hari-hari besar, seperti Hari Kartini, HUT Kota Yogyakarta dan Hari Kebangkitan Nasional.

Semua tema-tema ini tersusun sebagai rencana tema kerja Humas, yang mana tema-tema ini dibuat berdasarkan hasil analisis situasi dan informasi yang memang dibutuhkan oleh masyarakat. Peneliti juga menemukan jika Humas melakukan perencanaan untuk bekerjasama dengan SKPD-SKPD yang ada di Pemerintah Kota Yogyakarta, Pihak ketiga seperti *event organizer*, media dan lain sebagainya sebelum melaksanakan program kegiatannya.

Peneliti juga merencanakan untuk mengelola media baru sebagai salah satu alat untuk menyampaikan informasi kepadamasyarakat. Misalnya melalui *website* dan sosial media. Namun peneliti menemukan jika Humas masih belum melakukan perencanaan terhadap pengelolaan media sosial seperti *facebook* dan juga *twitter* secara optimal. Kemudian pada kerjasama penulisan dengan

media massa cetak (koran), Humas sudah membuat perencanaan dan mengalokasikan dana untuk kerjasama penulisan ini, akan tetapi Humas belum menentukan tema untuk kerjasama penulisan ini.

Pada Tahun 2013 dan 2014 Humas membuat perencanaan penerbitan majalah AYODYA untuk internal pegawai Pemerintah Kota Yogyakarta dan penerbitan koran Media Info Kota (MIK) yang di distribusikan kepada pengurus RT, RW dan Kecamatan. Menurut peneliti, sebenarnya perencanaan Humas dalam pengelolaan majalah AYODYA dan koran Media Info Kota (MIK) cukup efektif sebagai salah satu saluran informasi yang efektif. Namun berdasarkan sajian data, peneliti berpendapat jika jumlah penerbitan MIK yang direncanakan Humas masih belum bisa menjangkau seluruh masyarakat karena jumlah eksemplar yang tidak menjangkau kepada seluruh masyarakat Kota Yogyakarta.

3.2.2.3 Perencanaan Humas dalam memelihara Hubungan Baik dengan Internal dan Eksternal.

Humas memberikan layanan fasilitas kehumasan untuk menjaga hubungan baik dengan internal dan eksternal. Kegiatan ini berupa rapat koordinasi internal Pemerintah Kota, jumpa pers, *press tour*, kerjasama dengan media (iklan, *advertorial* dan penulisan berita) serta Kelompok Informasi Masyarakat (KIM).

Dalam menjaga hubungan baik dengan internalnya, Humas sudah melakukan perencanaan berupa rapat koordinasi setiap

triwulanan berkaitan dengan pemantauan kinerja dan evaluasi berkala Program UPIK. Diluar kehumasan, Pemerintah Kota sendiri juga mengadakan rapat koordinasi dengan melibatkan seluruh SKPD yang ada di Pemerintah Kota Yogyakarta. Selain melalui rapat koordinasi internal Humas juga melakukan koordinasi secara informal dengan SKPD lain, misalnya melalui telepon atau bertemu secara interpersonal.

Humas dalam menjaga hubungan dengan media juga sudah melakukan perencanaan beberapa kegiatan. Kegiatan ini berupa *press tour*, fasilitas jumpa pers dan kerjasama dalam pemuatan berita, *advertorial* dan pemuatan iklan layanan masyarakat. Humas merencanakan agenda *press tour* satu tahun sekali dengan sasaran dari kegiatan ini adalah wartawan-wartawan media baik itu media televisi, media massa cetak dan radio untuk studi banding ke luar daerah. Namun, peneliti melihat jika agenda ini sebaiknya dapat ditinjau kembali karena dana yang dikeluarkan cukup besar jika melihat kemanfaatan dari kegiatan ini yang hanya digunakan untuk studi banding dengan pemerintah daerah lain.

Kemudian untuk agenda jumpa pers meskipun tidak ada jadwal rutin, Humas juga merencanakan agenda jumpa pers dalam rangka memberikan fasilitas untuk wartawan. Agenda ini juga menjadi salah satu kegiatan dalam rangka memberikan informasi kepada masyarakat melalui media. Informasi ini misalnya berupa kebijakan yang harus

segera disampaikan kepada masyarakat, penyampaian kegiatan Pemerintah Kota, klarifikasi pemberitaan dan juga membahas terkait permasalahan yang sedang terjadi ditengah masyarakat.

Dalam menjaga hubungan dengan masyarakat, Humas mendirikan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM). Menurut peneliti, sebenarnya KIM ini sangat bermanfaat bagi masyarakat karena KIM menjadi salah satu wadah yang menjembatani antara masyarakat dan pemerintah untuk menyampaikan informasi dan keluhan. Pertemuan KIM sendiri direncanakan oleh Humas dilaksanakan sebanyak empat kali dalam satu tahun.

3.2.3 Pelaksanaan Kegiatan

3.2.3.1 Pelaksanaan Humas dalam Menindaklanjuti Informasi dan Pengaduan.

Setelah melihat tahap persiapan atau perencanaan, tahap selanjutnya adalah melihat pelaksanaan dari program yang telah direncanakan. Pada pelaksanaan Program UPIK, berdasarkan PERWAL Nomor 51 Tahun 2013 pasal 38 ayat 3 bahwa Humas memiliki beberapa ketugasan berkaitan dengan peran Humas dalam menindaklanjuti informasi dan pengaduan.

Baskin berpendapat tentang fungsi dari Humas dan menyatakan bahwafungsi humas pemerintah seperti praktisi humas lainnya, berusaha untuk mencapai saling pengertian antara lembaga dan publik. Humas bertugas mengukur pendapat tentang sebuah rencana

masyarakat, mengatur efektivitas hubungan masyarakat, membangun pesan untuk audiens internal dan eksternal, dan mengukur efektivitas seluruh proses. Hal yang paling mendasar dari fungsi humas di pemerintahan adalah untuk membantu menentukan dan mencapai tujuan program pemerintah, untuk meningkatkan respon dan pelayanan pemerintah, serta untuk menyediakan masyarakat dengan informasi yang cukup untuk menunjang keberhasilan dari pemerintahan itu sendiri. (Baskin, 1997:396)

Senada dengan pernyataan Baskin tersebut, berdasarkan bentuk ketugasan yang dijabarkan pada Perwal No. 51 Tahun 2013 diatas dan berdasar dari data pelaksanaan serta pengamatan yang dilakukan peneliti. Kinerja Humas dalam mengelola UPIK Tahun 2013 dan 2014 sudah dijalankan sesuai dengan Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara No: PER/12/M.PAN/08/TAHUN 2007 BAB III, Pasal 6 yang salah satunya menyatakan bahwa Humas merupakan berfungsi untuk menindaklanjuti pengaduan publik. Semua fungsi ini bisa dilihat pada mekanisme dari pelaksanaan UPIK yang terdapat pada sajian data.

Berdasarkan sajian data, sosialisasi UPIK dilakukan dengan menggunakan berbagai media baik itu dengan pertemuan tatap muka, melalui stiker, radio, internet dan lain sebagainya. Pesan-pesan yang ingin juga sudah dapat tersampaikan dengan baik. Misalnya pada sosialisasi pertemuan langsung, menurut pantauan peneliti strategi ini

cukup efektif untuk memberikan edukasi, karena komunikator dalam hal ini Humas dapat secara langsung menjelaskan dan memberikan informasi tentang UPIK kepada masyarakat sarasannya. Sehingga dapat dilihat komunikasi timbal balik antara Humas dengan masyarakat.

Untuk sasaran dari sosialisasi ini sebenarnya sudah cukup jelas yaitu masyarakat Kota Yogyakarta khususnya pada perwakilan pengurus pada tingkat RT dan RW. Akan tetapi jumlah target peserta pada sosialisasi ini masih sangat sedikit yaitu hanya 40 peserta. Menurut pandangan peneliti seharusnya Sub Pelayanan Informasi dan Keluhan sebagai penanggung jawab pelaksanaan UPIK, tidak hanya melakukan sosialisasi pertemuan langsung sebanyak empat kali di empat kecamatan dalam setahun dan jumlah target peserta juga ditingkatkan jumlahnya.

Humas dalam Pengelolaan UPIK juga sudah menggunakan hampir semua media baik dari media konvensional, elektronik dan media baru. Berdasarkan sajian data juga dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan jumlah pesan yang diterima, peningkatan jumlah pesan yang diterima ini menjadi salah satu indikasi adanya peningkatan *awareness* dan partisipasi masyarakat Kota Yogyakarta terhadap Program UPIK. Peningkatan jumlah pesan ini juga merupakan implikasi adanya keterjangkauan teknologi dan daya konsumsi

masyarakat terhadap perangkat teknologi seperti *handphone* semakin meningkat.

Pelaksanaan Program Pengelolaan UPIK juga sudah mewakili beberapa aspek dari penyelenggaraan *Good Governance* yang detailnya sudah diterangkan pada kerangka teori. Masyarakat sebagai sasaran dari program ini ikut berpartisipasi langsung dalam setiap rangkaian pelaksanaan program. Humas melalui program ini juga melakukan keterbukaan atau transparansi terhadap masyarakat. Disini Humas melakukan keterbukaan akan informasi tentang proses dan pelayanan UPIK. Melalui Sub Domain UPIK yang ada di *website* pemerintah Kota Yogyakarta, masyarakat dapat memantau secara langsung pesan-pesan yang dikirimkan kepada UPIK.

Sesuai dengan *standard operating procedure* (SOP), peneliti melihat jika secara umum Humas dan SKPD-SKPD sudah melaksanakan pelayanan UPIK sesuai dengan SOPnya. Meskipun secara umum sudah melaksanakan pelayanan UPIK sesuai dengan SOP, berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pada saat evaluasi triwulanan, masih terdapat beberapa SKPD yang belum memberikan respon dengan cepat, bahkan cenderung merespon melebihi batasan waktu dari SOP yang ada. Menurut peneliti Humas perlu meningkatkan kembali kedisiplinan dan komitmen dari operator-operator yang ada di SKPD agar mematuhi SOP dan semakin

sadar akan kewajibannya dalam memberikan pelayanan yang prima terhadap masyarakat.

Humas Pemerintah Kota Yogyakarta melalui Program Pengelolaan UPIK ini juga sudah melaksanakan aspek lain dari penyelenggaraan *Good Governance* yaitu aspek *responsiveness*. Seperti dapat dilihat pada mekanisme pelayanan UPIK, Humas melakukan respon terhadap berbagai informasi dan keluhan yang disampaikan oleh masyarakat. Respon ini bisa dijawab langsung oleh bagian Humas atau dijawab oleh SKPD terkait. Jika informasi atau keluhan tersebut membutuhkan tindak lanjut, maka keluhan tersebut akan ditindak lanjuti oleh SKPD teknis terkait.

Berdasarkan pada sajian data bahwa secara umum Humas sudah melaksanakan proses pelayanan UPIK sesuai dengan SOP yang ada. Hanya saja masih ada beberapa operator UPIK di SKPD yang ada di Pemerintah Kota Yogyakarta yang belum merespon informasi dan keluhan yang disampaikan sesuai dengan batasan waktu yang tertera pada SOP. Meskipun hanya beberapa operator yang belum merespon tepat waktu, peneliti berpendapat jika Humas harus memberikan perhatian khusus akan permasalahan ini. Hal ini karena berhubungan dengan kinerja Humas dan demi optimalnya pelayanan UPIK kepada Masyarakat yang tentu akan berimpas pada citra baik dari Pemerintah Kota Yogyakarta.

3.2.3.2 Pelaksanaan Humas sebagai Fasilitator Pemberi Layanan Informasi.

Humas dalam fungsinya sebagai penyedia dan fasilitas informasi kepada masyarakat, menyampaikan informasi berkaitan dengan kebijakan, laporan keuangan, prestasi, laporan pelaksanaan kegiatan, termasuk berkaitan dengan produk kegiatan, dan lain sebagainya. Humas melalui Sub Bagian Kehumasan pada Tahun 2013 dan 2014 menyampaikan

Berdasarkan hasil analisis pelaksanaan tugasannya, Humas sudah mampu menjadi fasilitator pemberi layanan informasi baik itu bagi internal Pemerintah Kota maupun eksternal pemerintah seperti masyarakat. Dalam internal Pemerintah Kota, Hasil analisis keluhan yang disampaikan melalui UPIK dan pemberitaan di media, menjadi bahan utama bagi Walikota dan Wakil Walikota ketika mengadakan rapat koordinasi.

Dari hasil pengamatan peneliti juga didapatkan bahwa Humas memberikan rekomendasi terhadap permasalahan-permasalahan yang sedang terjadi dimasyarakat yang harus segera ditindak lanjuti. Dalam upaya memberikan layanan informasi kepada eksternal Humas memberi layanan informasi berupa pemuatan kebijakan, laporan pertanggung jawaban keuangan, prestasi dan prestasi Pemerintah Kota Yogyakarta, hingga mengangkat potensi wilayah. Humas memberikan informasi kepada masyarakat melalui berbagai media baik itu media

elektronik (televisi dan radio), media massa cetak (koran), media luar ruang, media baru (*website*) hingga media tradisional (PERTUNRA).

Terkait dengan pemuatan peraturan kebijakan dan laporan keuangan pada media massa cetak Tahun 2013 dan 2014 Humas melakukan pemuatan kebijakan dan program. Namun pada pelaksanaannya sesuai dengan sajian data, pada Tahun 2013 Humas tidak memuat kebijakan di media massa dan *website*. Hal ini karena pemuatan kebijakan dan program menyesuaikan dari atasan dan DPRD sebagai pihak yang mengeluarkan kebijakan.

Humas juga secara rutin setiap akhir tahun melaporkan hasil kinerja dan laporan keuangannya di media massa. Dari uraian tersebut peneliti berpendapat jika Humas sudah menjalankan selain aspek keterbukaan informasi juga sudah menjalankan aspek dari *good governance* yang lain yaitu akuntabilitas. Humas juga sudah menjadi penyampai informasi masyarakat terkait dengan kebijakan pemerintah dan laporan pertanggung jawaban Pemerintah Kota Yogyakarta.\

Humas juga melaksanakan agenda kerjasama dengan media seperti kerjasama penulisan dengan media, pemuatan peraturan dan kebijakan, pemuatan Iklan Layanan Masyarakat dan *Advetorial*. Humas juga setiap harinya melakukan kliping serta analisis berita dan membuat *release* untuk media. Masyarakat dapat

mengakses klipang tersebut di sub domain klipang yang ada di *website* Pemerintah Kota Yogyakarta.

Dalam pengelolaan *website*, Humas melakukan pengelolaan sesuai dengan point kinerja yang tertera pada Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara No: PER/12/ M.PAN/08/ TAHUN 2007 pada BAB IX Tentang Pemanfaatan teknologi dan informasi di Pasal 19. *Website* Pemerintah Kota memiliki tampilan yang cukup menarik. Informasi yang disampaikan juga sudah cukup lengkap karena mencakup semua bidang kerja dan program pemerintah termasuk didalamnya terdapat laporan keuangan dan juga kebijakan. *Website* Pemerintah Kota Yogyakarta juga sudah dapat secara rutin memuat berbagai informasi dan mudah untuk diakses oleh masyarakat. Humas secara rutin juga mem-*publish* berita-berita yang berkaitan dengan *progress* kegiatan dan prestasi yang berhasil dicapai oleh Pemerintah Kota Yogyakarta.

Humas dalam fungsinya dalam memberikan pelayanan terhadap informasi, selain melalui media yang telah peneliti uraikan juga melakukan penerbitan Koran Media Info Kota (MIK) dan Majalah AYODYA. Kedua media ini merupakan wujud promosi dan publikasi kebijakan umum dan kegiatan pemerintah Kota Yogyakarta. Tujuannya sebagai adalah sebagai propaganda, sebagai sarana untuk meningkatkan citra positif pemerintah dan mensosialisasikan program

maupun kegiatan dari Pemerintah Kota Yogyakarta kepada masyarakat.

Kedua media ini sebenarnya sudah berfungsi sebagai saluran informasi bagi internal Pemerintah maupun masyarakat Kota Yogyakarta. Baik itu Majalah AYODYA sebagai media informasi di internal Pemerintah Kota Yogyakarta, juga MIK sebagai media informasi untuk masyarakat Kota Yogyakarta. Sebenarnya MIK bisa menjadi salah satu media informasi yang efektif bagi masyarakat, namun menurut peneliti untuk MIK sendiri menjadi kurang efektif karena jumlahnya yang sangat terbatas.

MIK sendiri hanya dicetak 15000 eksemplar dalam satu edisinya, sedangkan distribusinya keseluruh kecamatan, Pengurus RT dan RW yang ada diseluruh Kota Yogyakarta. Namun, dalam pelaksanaannya menurut survei IKM jika distribusi MIK ke wilayah-wilayah yang ada di Kota Yogyakarta belum didistribusikan dan sampai ke masyarakat tepat pada waktunya.

Peneliti memiliki saran agar Humas melakukan optimalisasi terhadap MIK *Online* yang bisa terintegrasi langsung dengan *website* Pemerintah Kota Yogyakarta. Humas dapat melakukan sosialisasi melalui SMS *Broadcast* agar masyarakat dapat mengakses MIK yang ada pada *website* Pemerintah Kota Yogyakarta. Agar masyarakat yang tidak mendapatkan fasilitas MIK cetak tidak merasa kecewa dan dapat beralih untuk mengakses MIK *Online*.

Peneliti juga berpendapat jika Humas perlu melakukan kontrol terhadap distribusi MIK yang dilakukan oleh pihak ketiga yaitu PT POS Indonesia ke wilayah-wilayah. Misalnya dengan menggunakan tenaga bantuan yang bertanggung jawab untuk mengontrol dan memastikan MIK sampai ke wilayah-wilayah (Kecamatan, RT dan RW). Atau berkoordinasi dengan UPIK dengan melakukan SMS *Broadcast* untuk menanyakan dan memastikan kepada pengurus teknis kecamatan, RT dan RW apakah MIK sudah didistribusikan dan sampai dengan tepat waktu.

Secara umum Program Pengembangan Komunikasi, Informasi dan Media Massa yang direncanakan dan dilaksanakan oleh Bagian humas dan Informasi pemerintah Kota Yogyakarta ini sudah dapat melaksanakan peran dan tugasnya. Meskipun tentu masih terdapat beberapa kekurangan dan perlu adanya perbaikan demi mengoptimalkan kinerja dari Humas itu sendiri.

Selain itu peneliti juga menemukan jika beberapa dari program kegiatan yang direncanakan oleh Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta, kebanyakan masih mengulang dari perencanaan program kegiatan yang pernah dilakukan pada tahun-tahun sebelumnya atau menambah dengan jumlah pelaksanaan kegiatan. Meskipun begitu peneliti melihat jika Humas juga melakukan beberapa inovasi terhadap beberapa program

kegiatan, yang mana hal tersebut dilakukan seiring dengan perkembangan teknologi dan berdasarkan masukan dari masyarakat.

3.2.3.3 Pelaksanaan Humas dalam memelihara Hubungan Baik dengan Internal dan Eksternal.

Humas melaksanakan beberapa kegiatan dalam rangka memelihara hubungan baik dengan internal dan eksternal seperti rapat koordinasi dengan internal Pemerintah Kota, fasilitas jumpa pers, *press tour*, kerjasama dengan media (iklan, *advertorial* dan penulisan berita) serta Kelompok Informasi Masyarakat (KIM).

Dalam upaya menjaga hubungan dengan internal, Humas secara rutin setiap triwulanan mengadakan kegiatan rapat koordinasi dan evaluasi UPIK. Berdasarkan pantauan peneliti melalui rapat koordinasi tersebut Humas beserta SKPD-SKPD lain saling berkomunikasi dan juga membahas mengenai pelaksanaan program kegiatan UPIK, juga membahas tentang informasi dan keluhan yang disampaikan oleh masyarakat, dan mengevaluasi kinerja SKPD yang kurang responsif terhadap informasi dan keluhan.

Peneliti melihat kegiatan ini efektif untuk menyatukan visi dan misi antara Humas dan SKPD/unit kerja terutama dalam hal peningkatan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat. Karena jika masih terdapat operator SKPD yang tidak responsif akan mempengaruhi citra Pemerintah Kota Yogyakarta. Hal ini karena

UPIK dalam pelaksanaannya dilakukan dengan sistem koordinasi dengan semua dinas/SKPD yang ada di Pemerintah Kota Yogyakarta.

Selain melalui rapat koordinasi sebenarnya Humas juga melibatkan SKPD-SKPD yang ada di Pemerintah Kota Yogyakarta dalam setiap agenda kegiatan. Tema-tema yang diusung dalam kegiatan Humas tentu melibatkan SKPD-SKPD lain sebagai narasumbernya. Humas sebagai fungsi fasilitator dan penyampai informasi pemerintah kepada masyarakat bertugas untuk memfasilitasi jika terdapat kebijakan, informasi ataupun program-program kegiatan SKPD yang harus disampaikan kepada masyarakat.

Tidak bisa dipungkiri media memiliki peranan yang sangat penting bagi Humas untuk mengkomunikasikan informasi kepada masyarakat dan ikut mensukseskan program pemerintahan. Humas selain melakukan kerjasama dan memberikan fasilitas kepada media juga memiliki agenda-agenda kegiatan untuk menjaga Hubungan dengan media seperti adalah agenda *presstour* dan kerjasama-kerjasama *event* yang melibatkan media seperti *Car Free Day*. Agenda *press tour* yang direncanakan oleh Humas juga sudah dapat dilaksanakan. Acara ini melibatkan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dan perwalikan-perwakilan wartawan baik itu wartawan pada media massa cetak, televisi dan radio.

Kemudian untuk *event* hasil kerjasama antara Humas dengan media adalah kerjasama *eventCar Free Day* antara Harian Tribun Jogja dan Humas. Tema acara ini adalah “Jogja Kreatif”, disini seluruh komunitas seni berkumpul untuk mengekspresikan dan mempromosikan hasil karya seninya. Selain untuk mempererat hubungan baik dengan Tribun, Humas juga memanfaatkan acara ini sebagai publisitas dan promosi bagi Pemerintah Kota Yogyakarta. Acara ini selain melibatkan masyarakat sebagai penikmatnya, juga melibatkan komunitas seni seperti tari, lukis, mural, musik dan banyak komunitas lainnya. Humas juga secara informal sering sekali melakukan kunjungan ke redaksi media. Dan peneliti melihat kegiatan *presstour*, kerjasama *event* dan kunjungan informal ini sangat efektif dalam menjaga hubungan dengan media.

Peneliti melihat selain melakukan kerjasama, Humas juga melaksanakan fungsinya sebagai fasilitator dan menyediakan sarana dan prasarana untuk media. Namun, melihat dari hasil pelaksanaannya Subbag Humas masih perlu meningkatkan kualitas pelayanannya. Menurut hasil IKM jika wartawan juga menilai ruang yang digunakan untuk kegiatan jumpa pers dan fasilitas yang ada di ruang jumpa pers juga kurang/tidak memadai. Peneliti berpendapat jika perlu adanya perawatan lebih untuk ruang jumpa pers ini, agar proses pelayanan Humas kepada media dan wartawan menjadi lebih optimal.

Sebagai bagian dari organisasi yang memiliki peran dalam membangun citra positif kepada masyarakat dan mengelola hubungan baik dengan internal dan eksternalnya. Berdasarkan analisis Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) dan pengamatan peneliti, pengelolaan internal dan eksternal oleh Humas ini sudah dilakukan baik secara formal maupun informal. Pengelolaan secara formal ini misalnya melalui rapat-rapat koordinasi baik dengan internal SKPD yang ada di Pemerintah Kota Yogyakarta, maupun koordinasi dengan eksternal hingga lini kecamatan setiap triwulanan.

Dalam pelaksanaan rapat koordinasi, peneliti melihat sudah cukup efektif. Karena selain berfungsi untuk menyampaikan informasi, juga melakukan *preview* dan evaluasi terhadap target kerja yang telah terlaksana. Pengelolaan secara informal misalnya dengan Humas berkunjung secara informal untuk bertemu langsung ke SKPD teknis Pemerintah Kota ataupun melalui telepon. Secara informal Humas juga melakukan koordinasi yang sifatnya informal dengan pihak eksternal seperti masyarakat, Ombudsman Indonesia, Ombudsman Daerah, LSM, Forti dan pemerintahan di daerah lain.

Humas Pemerintah Kota membuat KIM (Kelompok Informasi Masyarakat). Kelompok ini terdapat diseluruh kecamatan-kecamatan yang ada di Kota Yogyakarta. Namun, pelaksanaan pertemuan KIM Pada Tahun 2013 dan 2014 masih belum optimal sesuai dengan perencanaan. Humas hanya membentuk Kelompok Informasi

Masyarakat (KIM) dan tidak terlalu banyak melakukan tindak lanjut terhadap pengelolaan kelompok ini. KIM saat ini hanya sebatas menjadi perpanjangan tangan antara Humas dan masyarakat sebagai distribusi informasi. Sebagai contoh Humas mengirimkan SMS *broadcast* kepada KIM dan kemudian anggota KIM menyebarkan kembali kepada masyarakat lainnya.

Peneliti juga melihat jika pelaksanaan KIM menjadi kurang optimal karena tidak ada penanggung jawab khusus dalam upaya pengelolaan KIM. Padahal jika KIM ini diberdayakan secara optimal, keberadaan KIM bisa dijadikan mitra bagi Humas untuk memelihara Hubungan baik dengan masyarakat yang imbasnya tentu akan berpengaruh terhadap citra baik Pemerintah Kota Yogyakarta.

Selain itu serapan informasi dan keluhan dari masyarakat juga akan lebih cepat ditampung tanpa perlu melibatkan banyak pihak ketiga seperti LSM, ombudsman dsb. Menurut peneliti, belum optimalnya pengelolaan KIM juga karena kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) yang menyebabkan setiap pegawai Humas memiliki rangkap tugas. Sedangkan, program kegiatan yang harus dilaksanakan cukup banyak dan jumlah SDM yang ada masih kurang proposional.

3.2.3.4 Pelaksanaan Evaluasi

Tahap terakhir dalam proses pelaksanaan program adalah evaluasi. Tujuan utama dari tahap evaluasi ini adalah untuk mengetahui apakah kegiatan Humas benar-benar dilaksanakan

menurut rencana berdasarkan hasil penelitian atau tidak. Tanpa sebuah evaluasi yang baik, tidak akan diketahui sampai sejauh mana kelancaran sebuah kegiatan Humas yang telah berlangsung (Effendy, 1993:131).

Seperti yang dijelaskan oleh Effendy laporan evaluasi yang dibuat oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta merupakan penilaian apakah pelaksanaan program sesuai dengan perencanaan yang ditelaah disusun atau tidak. Selain itu bahan evaluasi ini juga oleh Humas digunakan sebagai referensi dan pembelajaran untuk pelaksanaan program-program di tahun berikutnya.

Berdasarkan hasil dari sajian data, Humas Pemerintah Kota Yogyakarta melaksanakan evaluasi internal dan juga secara rutin dievaluasi oleh pihak eksternal. Evaluasi yang dilakukan oleh internal Humas sendiri menurut peneliti masih kurang efektif, karena evaluasi yang dilakukan oleh Humas hanya membuat laporan bulanan, laporan triwulanan dan laporan akhir tahun saja.

Menurut peneliti idealnya suatu evaluasi seharusnya dilakukan pada setiap proses pelaksanaan program kegiatan, atau misalnya melakukan *monitoring* disetiap bulan atau triwulanan secara rutin dengan mengadakan pertemuan untuk mengevaluasi dan melakukan *preview* kerja. Fungsinya adalah selain untuk mengukur dan menilai pelaksanaan program yang dilaksanakan, juga untuk melihat seberapa jauh persiapan program yang akan dilaksanakan. Jadi, evaluasi yang

dilakukan tidak hanya berdasarkan analisis dari laporan-laporan yang dibuat.

Humas juga secara rutin dievaluasi oleh pihak eksternal yaitu berupa survei Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) yang merupakan bentuk kerjasama antara Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dengan PSKK UGM dan survei ini dilaksanakan setiap satu tahun sekali. Berdasarkan hasil analisis peneliti, survei ini menjadi referensi yang sangat penting bagi Humas karena berdasarkan hasil survei inilah Humas bisa melihat bagaimana kepuasan masyarakat terhadap program kegiatan yang dilakukan oleh Humas.

Dalam survei ini selain menyajikan data tentang penilaian hasil survei, juga terdapat rekomendasi yang nantinya rekomendasi ini menjadi salah satu referensi masukan bagi Humas dalam melakukan perencanaan program ditahun berikutnya. Dengan terbukannya Humas untuk dievaluasi oleh pihak eksternal, Humas sudah menerapkan sistem keterbukaan yang menjadi salah satu bagian dari *Good Governance*.

Menyimpulkan dari hasil analisis peneliti terhadap pelaksanaan program kegiatan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta bahwa Humas sudah menyelenggarakan *good governance* dan Keterbukaan Informasi. Hal ini bisa dilihat dari hasil wawancara dari seluruh narasumber, dokumentasi, dan dokumen yang peneliti terima yaitu adanya kesamaan respon atau benang merah yang sama terhadap

program kegiatan yang dilaksanakan Humas dan menjadi esensi triangulasi data.

3.2.4 Penilaian Dampak

Pada tahap analisis dampak dari PII (*Preparation, Implementations and impact*) ini, peneliti melakukan penilaian dampak terhadap sasaran dari pelaksanaan program yang telah dilaksanakan oleh bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta. Fase pertama pada penelitian dampak ini adalah dengan melihat berapa jumlah orang yang mengetahui pesan. Misalnya Dampak terhadap pelaksanaan dari Program Pengelolaan UPIK, melalui sosialisasi yang dilakukan oleh Humas secara rutin dan berulang kali dengan memanfaatkan berbagai media, peneliti melihat pesan yang disampaikan pada saat sosialisasi mengenai tujuan dan mekanisme dari UPIK dapat diterima masyarakat dengan baik. Peneliti juga mengamati jika masyarakat dapat secara aktif dan kooperatif pada saat pelaksanaan sosialisasi ini.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti kepada tiga masyarakat Kota Yogyakarta dari Kecamatan Matrijeron, kecamatan Umbul Harjo dan Kecamatan Wirobrajan. Ketiga responden ini sudah mengetahui tentang Program UPIK serta tujuan dari program ini, dan sumber responden dalam mendapatkan informasi program ini juga berbeda. Selain melalui sosialisasi, ada yang mendapatkan informasi dari masyarakat lain dan *website* Pemertintah Kota Yogyakarta.

Hasil dari temuan peneliti bahwa masyarakat sudah mengerti tentang tujuan dan mekanisme dari pelaksanaan UPIK. Hal ini sebagai bukti jika pesan yang disampaikan oleh Humas dalam sosialisasi bisa diterima dengan baik oleh masyarakat. Melihat respon positif dari masyarakat, dan jumlah informasi serta keluhan yang dikirimkan ke UPIK yang terus meningkat setiap tahunnya menjadi bukti jika program ini sudah memberikan dampak kepada masyarakat.

Bukti lain misalnya melalui dialog interaktif baik di televisi dan radio, selalu ada partisipasi dari masyarakat yang ingin menyampaikan informasi dan juga menyampaikan keluhan. Secara rutin dan bergilir Humas juga mengajak masyarakat dan komunitas yang ada di Kota Yogyakarta untuk menjadi pengisi acara untuk mempromosikan potensi wilayah.

Fase selanjutnya dari evaluasi penilaian dampak ini adalah melihat berapa jumlah orang yang mengubah sikapnya dan mempertahankan perilaku yang diharapkan. Berdasarkan sajian data dari pelaksanaan program, bahwa program Humas secara perlahan dapat merubah perilaku masyarakat untuk lebih partisipatif terhadap program-program Humas. Hal ini dibuktikan dari terus meningkatnya jumlah informasi dan keluhan yang disampaikan masyarakat melalui Program UPIK.

Kemudian pada awal pelaksanaan program dialog interaktif, Humas masih sering mengalami kesulitan dalam mengangkat tema

dan wilayah yang ingin di liput. Namun, saat ini masyarakat dengan sendirinya meminta Humas untuk meliput potensi di wilayah mereka. Hal ini membuktikan jika masyarakat sudah merasakan manfaat terhadap program ini dan semakin peduli akan potensi yang ada diwilayahnya.

Berdasarkan hasil sajian data dan analisis, kegiatan untuk menajalin hubungan internal sudah memberikan dampak bagi internal Pemerintah Kota Yogyakarta. Bisa terlihat dari setiap SKPD yang rutin berpartisipasi pada setiap program kegiatan yang dilaksanakan Humas dan rapat triwulanan yang dilaksanakan Humas. Karena sebagian besar dari program kegiatan Humas ini memang melibatkan SKPD dan unit-unit lain yang ada di Pemerintah Kota Yogyakarta. Sesuai dengan himbauan yang disampaikan oleh Humas, SKPD-SKPD saat ini juga dapat merubah sikapnya untuk menjadi narasumber yang baik dan ramah ketika berhadapan dengan media.

Pelaksanaan kerjasama dan kegiatan yang melibatkan dengan media juga memberikan dampak positif bagi Humas. Selain hubungan antara Pemerintah Kota Yogyakarta dan media semakin erat dan dekat, jika terdapat berita negatif yang ditujukan oleh Humas maka media akan memberitahukannya terlebih dahulu sebelum berita tersebut diterbitkan. Sehingga Humas dan Pemerintah Kota Yogyakarta dapat melakukan persiapan jika ingin mengklarifikasi berita negatif tersebut.

Berdasarkan pada tabel 3.2 halaman 137 tentang hasil survei Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) oleh PSKK UGM terhadap Program UPIK, Kehumasan dan penerbitan Koran MIK. Hasil survei ini merupakan hasil penilain masyarakat terhadap program kegiatan yang sudah dilaksanakan oleh Humas. Pada penilaian terhadap indikator-indikator program UPIK, terlihat bahwa Pada tahun 2014 Humas sudah mendapatkan penilaian yang baik dari masyarakat yaitu pada indikator kemudahan akses, informatif, isi dan tampilan *website*, responsifitas dan pelayanan secara umum. Bahkan pada penilaian masyarakat terhadap responsifitas dari Humas akan jawaban kepada masyarakat juga sangat tinggi, namun Humas masih mendapatkan nilai kurang baik dari masyarakat akan hal kepuasan jawaban.

Kemudian penilaian wartawan pada Program Kehumasan, Humas juga sudah mendapatkan penilaian baik dari wartawan baik itu dari pelayanan, jumpa pers, undangan liputan, *press release* dan akses informasi. Namun, pada penilaian terhadap indikator dukungan fasilitas Humas masih mendapatkan nilai yang kurang baik. Selanjutnya adalah penilaian terhadap koran Media Info Kota (MIK). Humas mendapatkan penilaian baik dari masyarakat, seperti dari tampilan dan isi berita dan penggunaan bahasa. Namun, pada penilaian ketepatan waktu distribusi koran MIK ini masih kurag baik.

Penilaian dari masyarakat pada uraian di atas bisa menjadi bukti bahwa program yang di laksanakan oleh Humas sudah memberikan

dampak yang baik terhadap masyarakat. Masyarakat setuju jika dilakukan oleh Humas informatif, memiliki kemudahan akses dan Humas juga memberikan pelayanan yang baik kepada *stakeholder*.