

#### **d. Kontribusi Penelitian**

##### **a. Teoritis / Akademik**

Penelitian ini memperkaya teori atau strategi sosialisasi baru.

##### **b. Praktis**

Selain untuk akademik, penelitian ini membantu pemerintah daerah kota Yogyakarta pada program selanjutnya yang membutuhkan strategi sosialisasi, serta sebagai panutan pemerintah kota lain. Di samping itu sebagai bahan evaluasi bagi peneliti untuk penelitian selanjutnya.

## **II. Tinjauan Pustaka**

Komunikasi pembangunan (KP) adalah strategi komunikasi seluruh masyarakat atau komponen komunikasi dari sebuah rencana pembangunan nasional. Karena itu, KP bisa menyangkut lima unsur komunikasi, yaitu sumber informasi, pesan, komunikasi, Channel dan efek. Pembicaraan soal KP, tidak mungkin lepas dari pembicaraan tentang unsur ini secara terpadu.

Bila dilihat lebih jauh, KP merupakan bawaan dari pembangunan. Artinya, ia merupakan variable terikat. Karena pembangunan merupakan fungsi yang dibangun oleh berbagai variable, maka hubungan antara KP dan variable-variabel lain, seperti ditulis Neville Jayaweera, tidak gampang dievaluasi (1987:77)

Komunikasi penunjang pembangunan (KPP) adalah aplikasi dari strategi komunikasi yang khusus dirancang untuk mewujudkan sebuah program pembangunan. (Nunung Prajarto, 2004:35)

Seringkali terdapat kesalahpahaman seakan-akan perencanaan berarti kegiatan penyusunan saja. Sedangkan perencanaan adalah suatu proses kegiatan usaha yang terus menerus dan menyeluruh dari penyusunan suatu rencana, penyusunan program kegiatan, pelaksanaan serta pengawasan dan evaluasi pelaksanaannya. (Prof. Bintoro T., 1990:57)

Komunikasi sering menimbulkan efek yang berbeda-beda. Orang-orang tertentu mungkin belajar lebih banyak daripada yang lain, dan dalam difusi inovasi, sejumlah kecil orang cenderung untuk mengadopsi inovasi lebih dulu daripada yang lainnya. Perbedaan dalam tambahan attitude, dan perubahan

"... dan ... " (Amri, 1988)

Dalam arti yang luas, komunikasi pembangunan meliputi peran dan fungsi komunikasi (sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik) di antara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan, terutama antara masyarakat dengan pemerintah, sejak dari proses perencanaan, kemudian pelaksanaan, dan penilaian terhadap pembangunan. Sedangkan dalam arti yang sempit, komunikasi pembangunan merupakan segala upaya dan cara, serta teknis penyampaian gagasan, dan keterampilan-keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakarsai pembangunan dan ditujukan kepada masyarakat luas. Kegiatan bertujuan agar masyarakat yang dituju dapat memahami, menerima, dan berpartisipasi dalam melaksanakan gagasan-gagasan yang disampaikan. (Zulkarimein Nasution, 2004:105-106)

Komunikasi pembangunan haruslah dilihat sebagai suatu proses menyeluruh, termasuk pemahaman terhadap khalayak serta kebutuhan-kebutuhannya, perencanaan komunikasi di sekitar strategi-strategi yang terpilih pembuatan pesan-pesan, penyebaran, penerimaan (dan boleh jadi juga diskusi tatap muka dengan teman-teman), umpan balik terhadap pesan-pesan itu dan bukan hanya kegiatan langsung satu arah dari komunikator kepada penerima yang pasif. (Everett M. Rogers, 1989:9)

Salah satu pengamatan awal tentang hubungan teori komunikasi dan pembangunan, telah dilakukan oleh Siebert, Peterson, dan Schramm (1956) dalam suatu studi perbandingan tentang sistem komunikasi massa. Mereka mengatakan bahwa media massa mencerminkan sistem kontrol sosial suatu Negara, yang menentukan hubungan antara lembaga-lembaga dan individu-individu.

Dalam mempelajari sistem komunikasi massa, Siebert dan kawan-kawannya (1956) mengatakan bahwa "*seseorang harus memperhatikan beberapa kepercayaan dan asumsi dasar yang di anut suatu masyarakat tentang asal-usul manusia, masyarakat dan Negara, hubungan manusia dengan Negara dan asal-usul pengetahuan dan kebenaran*". (Amri Jahi, 1988: 73)

Menurut Frey, kalau diamati dengan teliti, sebenarnya banyak faset dari pertumbuhan ekonomi menurut teori-teori pembangunan tersebut yang merupakan tempat komunikasi memainkan peranan penting, bahkan sebenarnya peranan itu laten sifatnya.

Bagaimana pendapat umum agar bisa berpihak kepada organisasi kita, maka seorang petugas humas sedapat mungkin dapat memiliki kemampuan untuk :

1. Mengkaji dan mengawasi pendapat umum yang berkembang terutama yang ada kaitannya dengan organisasi dimana petugas humas itu bertugas.
2. Menganalisis dan menilai pendapat umum tersebut
3. Memberi nasehat dan saran kepada pengelola untuk mengambil pendapat umum yang ada maupun yang akan datang
4. Mempengaruhi dan mengendalikan pendapat umum melalui komunikasi dan kegiatan yang berkenan.

Suatu kesanggupan yang terutama dari pemimpin atau manager yang efektif ialah kesanggupan membuat keputusan-keputusan yang baik dan memecahkan masalah-masalah secara efektif. Terlalu sering proses ini dianggap sebagai hal yang biasa, yang alamiah atau dengan sendirinya saja, yaitu orang memiliki atau tidak memiliki kesanggupan seperti itu secara bawaan, atau beserta lahir. (James G. Robbins dan Barbara S. Jones, 1995:201)

Peranan Public relation /Humas tersebut diharapkan menjadi “mata” dan “telinga”, serta “tangan kanan” bagi top manajemen dari organisasi/lembaga, salah satu ruang lingkup tugasnya antara lain :

- Membina Hubungan ke dalam (Public Internal)

Yang dimaksud dengan Public internal adalah public yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Dan mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi. (Rosady R., S.H., 1998:21)

Berfungsi tidaknya humas dalam sebuah organisasi dapat diketahui dari ada tidaknya kegiatan yang menunjukkan ciri-cirinya. Ciri-ciri tersebut sebenarnya secara implisit telah diterangkan dimuka. Akan tetapi, untuk memperoleh kejelasan mengenai fungsi humas itu, ada baiknya kiranya apabila hal yang penting itu secara eksplisit ditegaskan, yakni:

- a. Humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah timbal balik.
- b. Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi
- c. Publik yang menjadi sasaran kegiatan humas adalah public ekstern dan public intern.
- d. Operasionalisasi humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik dan mencegah terjadinya rintangan psikologi, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun dari pihak publik. (Prof. Drs. Onong Uchjana, 1992:24)

Selain humas berfungsi sebagai menciptakan iklim yang kondusif dalam mengembangkan tanggung jawab serta partisipasi antara pejabat humas/PRO dan masyarakat (khalayak sebagai sasaran) untuk mewujudkan tujuan bersama, hal ini dapat dicapai dengan cara-cara sebagai berikut:

### 1. Strategi Operasional

Melalui pelaksanaan program humas yang dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan (sosiologi approach), melalui mekanisme sosial kultural dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat. Hal ini dilihat bahwa cermin opini publik atau kehendak masyarakat yang terekam pada setiap berita atau surat pembaca dan lain sebagainya yang dimuat berbagai media massa.

### 2. Pendekatan Persuasif

Fungsi humas adalah menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada pihak publiknya, baik bersifat mendidik, dan memberikan penerangan maupun dengan melakukan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan sebagainya.

### 3. Pendekatan tanggung jawab sosial humas

Menumbuhkan sikap bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut : bukan memperoleh keuntungan sepihak dari public sasarnya (masyarakat), tetapi memperoleh keuntungan bersama (benevitas), yang terampil dalam memadukan keuntungan dengan motivasi tanggung jawab sosialnya.

### 4. Pendekatan kerja sama

Berupaya membina hubungan yang baik antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik ditujukan hubungan ke dalam (Internal relations) maupun hubungan keluar (eksternal relations) untuk meningkatkan kerja sama. Humas berkewajiban memasyarakatkan misi instansi yang diwakilinya dan agar diterima oleh atau mendapat dukungan masyarakat (public sasarnya). Dalam menyelenggarakan hubungan baik dengan publiknya (community relations), untuk memperoleh opini publik dan perubahan sikap yang positif bagi kedua belah pihak (mutual understanding).

### 5. Pendekatan koordinatif

Untuk memperluas peranan humas/PR dimasyarakat, maka fungsi humas dalam arti sempit hanya mewakili lembaga/institusinya, tetapi peranan lebih luas berpartisipasi dalam menunjang program pembangunan nasional, dan mewujudkan ketahanan nasional di bidang : Politik, ekonomi, sosial budaya (sakelecebud) dan Hankamnas (Rasedy

Keberhasilan persuasive ditentukan oleh terbentuknya hubungan antara sasaran persuasive anda dan factor motivasional. Lima cara menghubungkan sasaran persuasi dengan factor motivasional, yaitu : hubungan kontingensi (argumentasi sebab-akibat), hubungan kategorisasi (bagian dari keseluruhan argumentasi), persamaan (argumentasi dengan analogi), dan koisidental (hubungan yang dipandang berasal dari kebiasaan). (Dedy Djamaludin, 1994: 52)

Berdasarkan atas fungsi dan kegiatannya, maka humas dapat dibedakan menurut jenisnya salah satunya adalah Humas Pemerintahan. Petugas humas pemerintahan perlu mengerti tujuan dan program pemerintah yang perlu disampaikan kepada masyarakat. Ia di tuntut memiliki pengetahuan mengenai system pemerintahan dan seluk beluk Negara. Ini disebabkan karena humas pemerintah harus bertindak harus selalku juru bicara pemerintah.

Sebagai juru bicara pemerintah, petugas humas dalam bidang ini harus mengetahui undang-undang dan peraturan-peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah maupun peraturan-peraturan yang menyangkut tentang kepegawaian Negara. (Hamdan Adnan dan Hafied Cangara, 1996:34)

Kemampuan menggunakan media komunikasi sangat penting bagi seorang petugas humas, sebab komunikasi memainkan peranan utama dalam memelihara citra organisasi dikalangan anggota masyarakat. Komunikasi juga merupakan asa bagi pembentukan pendapat dan menciptakan saling pengertian di antara peserta komunikasi.

Oleh karena keterampilan berkomunikasi amat penting bagi petugas humas, maka mereka harus dapat memahami teori, proses dan media komunikasi beserta lingkungannya. Hanya dengan memahami semua itu barulah seorang petugas humas dapat menjalankan tugasnya dengan baik. (Hamdan Adnan dan Hafied Cangara, 1996: 95)

### **III. Metode Penelitian**

- **Strategi dan Bentuk Penelitian**

Ada beberapa jenis-jenis penelitian yaitu eksploratif, deskriptif, eksplanatif, dan evaluatif. Karena penelitian ini bertujuan ingin memperoleh gambaran, maka jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Adapun

... penelitian ini adalah penelitian kualitatif dari penelitian ini adalah holistik