

**PRAKTIK *PUBLIC RELATIONS* PADA DIVISI HUMAS KOMISI
PEMILIHAN UMUM KOTA MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



OLEH

CARLES KAHEWADIMA

NIM : 2015230014

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI
MALANG**

2022

RINGKASAN

Penerapan Praktik *Public Relations* sangat penting dilakukan bagi instansi pemerintah seperti Komisi Pemilihan Umum guna memberikan informasi kepada public mengenai program kerja KPU maupun kebijakan-kebijakan tentang kepemiluan dan mendengarkan opini publik sebagai bahan acuan dalam memberikan informasi dan membuat kebijakan. Dalam penelitian ini dengan tujuan untuk memahami Praktik *Public Relations* serta bagaimana peran dan strategi humas dalam memberikan informasi lewat sosialisasi maupun media massa dan media sosial oleh bagian Humas KPU Kota Malang.

Dalam penelitian ini, menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, yang teknik pengambilan datanya didapatkan melalui teknik wawancara dan teknik dokumentasi. Dari sumber data primer..yang didapatkan dengan mewawancarai beberapa pihak terkait dalam lingkup humas KPU Kota Malang dan mengetahui persoalannya dan tujuan penelitian. Sedangkan sumber data pendukung yaitu data sekunder didapatkan berupa dokumen arsip dan data informasi di media sosial internal KPU Kota Malang. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Divisi Humas KPU Kota Malang sudah menerapkan Praktik Teori *Public Relations* dalam melaksanakan tugasnya meliputi komunikasi yang baik dan saling menguntungkan dengan publik dan instansi KPU dengan mendengar dan memperhatikan opini publik dalam memberikan informasi kepada publik, melakukan koordinasi antar divisi, sub bagian, dan atasan dan bawahan dalam penyebarluasan informasi, serta membangun citra yang baik dan reputasi di masyarakat agar mendapat dukungan dalam membuat kebijakan tentang kepemiluan.

Kata kunci: praktik, public relations, dan KPU Kota Malang.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Public Relations memiliki salah satu tugas dengan berfungsi sebagai perantara (mediator) bagi pihak-pihak yang memiliki kepentingan terhadap organisasi. Dalam hakikatnya *public relations* dapat mengategorikan yaitu publik dalam lingkup instansi (internal) dan publik luar instansi (eksternal). Public dalam instansi artinya pihak-pihak yang bekerja lingkup lembaga yang seperti Staf, karyawan dan pimpinan. Sedangkan public luar instansi ialah pihak-pihak yang di luar lingkup lembaga atau organisasi yang mencakup dinas-dinas pemerintah terkait, media atau pers, komunitas dan lain sebagainya. Untuk melaksanakan tugasnya Hubungan masyarakat memiliki peran dalam merencanakan dan merancang program-program dengan tujuan untuk menjalin hubungan yang efektif dengan publik eksternal dengan harapan adanya dukungan dari public untuk menghasilkan perubahan sikap yang baik dari public luar atau masyarakat umum kepada lembaga.

Perbedaan fungsi dan tugas divisi humas yang berkecimpung dalam instansi lembaga pemerintah dan nonpemerintah, kalau dalam Humas pemerintahan tidak berkaitan dengan unsur komersial. Akan tetapi divisi humas pemerintah juga melakukan hal yang sama berkaitan dengan kegiatan publisitas, promosi dan periklanan. Humas pemerintah lebih menekankan pada Pelayanan publik atau demi meningkatkan Pelayanan informasi yang umum untuk publik. Dalam pemerintahan, humas sering disebut sebagai sekretaris pers, *information officer*, *public affairs specialist* atau *communications specialist*, bertugas memberikan menginformasikan pada publik mengenai aktivitas yang dilakukan oleh instansi pemerintah. Humas juga berurusan dengan publisitas, serta berurusan dengan semua aspek pekerjaan dan kegiatan yang akan menjadi bahan publikasi., merencanakan

dan melakukan observasi dan menyiapkan bahan untuk distribusi informasi. Humas juga mengurus pekerjaan “periklanan” atau promosi untuk mendukung kegiatan sosialisasi kebijakan pemerintah (LB Renggo, A Najih, F Qorib, 2021; Sari, 2012).

Divisi Humas lembaga pemerintahan memiliki fungsi yang manajerial dalam aspek memberikan penerangan informasi untuk menyelenggarakan hubungan komunikasi yang interaktif, persuasif, yang bermanfaat, dan tepat sasaran dalam menanamkan komunikasi yang baik dengan publiknya melalui macam-macam sarana media komunikasi kehumasan instansi dalam rangka meningkatkan citra dan reputasi yang baik sesuai tujuan bersama di organisasi pemerintahan. Dalam pemerintahan, divisi Humas selalu berperan aktif sebagai corong dari pimpinan kepada publiknya, sehingga menjadi posisinya sangat strategis, karena tugas dan tanggung jawab yang diembannya sangat dibutuhkan oleh instansi dan publik.

Ruslan (2001:108) mengemukakan pendapat tentang peran PR instansi atau lembaga pemerintah terdapat beberapa hal dalam melaksanakan tugas atau kewajiban utama, yaitu pertama, mengamati dan mempelajari keinginan-keinginan, dan opini yang terdapat dalam masyarakat (*learning about public desires and aspiration*). Kedua, kegiatan untuk memberikan nasihat atau saran dalam menanggapi apa yang sebaiknya dapat dilakukan instansi/ lembaga pemerintahan seperti yang dikehendaki oleh pihak publiknya (*advising the public about what is should desire*), ketiga, Kemampuan untuk mengusahakan terciptanya hubungan memuaskan antara publik dengan para pejabat pemerintah (*ensuring satisfactory contact between public and government official*). Keempat, memberikan penerangan atau berupa informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga/ instansi pemerintah yang bersangkutan (*informing and about what agency is doing*).

Lembaga penyelenggara pemilu seperti KPUD Kota Malang merupakan lembaga negara yang berafiliasi ataupun bekerjasama dengan dinas dan lembaga terkait dalam pemerintah. Jadi aktivitas kehumasan KPU Kota Malang, berperan penting dalam memberikan informasi atau sosialisasi tentang penyelenggaraan Pemilu Kota Malang maka wajib memiliki citra baik dengan masyarakat dan pemerintah di Kota Malang. Berdasarkan peran dan fungsi Divisi Humas Komisi Pemilihan Umum Kota Malang dalam menjadi mediator antara lembaga KPU dan masyarakat Kota Malang harus mempertahankan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga yang diwakilinya. Humas Komisi Pemilihan Umum Kota Malang, dalam mengembangkan tugas menjaga komunikasi baik dengan public, maka harus senantiasa memberikan informasi kepada public yang berkaitan dengan regulasi dan tahap-tahap Pemilu karena keberadaan KPU Kota Malang memiliki ketergantungan kepada bagian Humas dalam menjaga hubungan dengan masyarakat yang berkepentingan dengan pemilu, sehingga tetap memiliki citra baik sebagai lembaga yang netral dan profesional dalam menyelenggarakan Pemilu yang demokratis.

Dalam penelitian kegiatan dan pekerjaan humas, terkandung dua kewajiban penting yang harus diperhatikan yaitu tugasnya dalam komunikator dan sebagai mediator. Fungsi Humas KPU sendiri harus dapat memelihara, mengembang strategi pelayanan public serta menangani, mengatasi masalah atau kendala yang timbul berkaitan dengan publik,. Humas berkoordinasi dengan divisi lain dalam lingkup instansi untuk mengumpulkan dan menyusun bahan dan data yang akan menjadi sumber informasi yang diketahui oleh publik , dan setelah di sampai dalam dalam bentuk *press release* ataupun sebagai materi sosialisasi yang harus disampaikan kepada kepada publik untuk menciptakan saling pengertian, yang berdasarkan kepada kenyataan, kebenaran, pengetahuan yang jelas dan lengkap, serta perlu diinformasikan secara wajib, jelas, dan objektif. Mendapatkan informasi yang dibutuhkan

sebagai hak setiap individu warga negara dalam pengembangan diri di lingkungan sosialnya serta merupakan hal penting dalam mengambil bagian untuk keutuhan kemajuan bangsa yang demokratis di era keterbukaan informasi publik. Hak mendapatkan informasi dan kebebasan beropini bagi public merupakan hak bagi warga negara dalam sistem demokratis, yang mana kedaulatan tertinggi ada pada rakyat dengan kebebasan berpendapat untuk meningkatkan penyelenggaraan negara adil dan damai.

Konteks kehumasan pada KPU terletak pada penyebaran informasi mengenai kepemiluan harus menjadi tujuan penting bagi penyelenggaranya untuk diberitahukan kepada peserta pemilu sehingga terciptanya proses pemilu yang demokratis bagi Komisi Pemilihan Umum Pusat,Provinsi, Kab/Kota. Keterbukaan dalam menyebarkan Informasi Publik sebagai penyelenggara Pemilu memiliki peran strategis sesuai peraturan dan UU yang berlaku untuk melaksanakan tahapan Pemilu,agar proses Pemilu berjalan sesuai dengan hasilnya yang diharapkan semua pihak. Hal itu dapat dilihat dari uraian tugas pokok, fungsi dan kewajiban yang diemban Komisi Pemilihan Umum sebagai lembaga yang bersifat nasional, tetap dan mandiri (Undang-undang Nomor 15 Tahun 2011).

Dalam regulasi tersebut menjelaskan, salah satu kewajiban KPU adalah melakukan sosialisasi yaitu mengelola informasi untuk publik. Tujuannya untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat wajib memilih dan peserta pemilu agar mengetahui hak dan kewajiban secara politiknya berdasarkan konstitusi. Menyampaikan..informasi dalam upaya sosialisasi pendidikan pemilih dan peserta pemilu dapat dilakukan dengan menyediakan berbagai..sarana-prasarana yang menunjang dan bisa diakses dengan mudah oleh kalangan masyarakat umum, serta menjalin hubungan kerjasama yang baik dengan pihak-pihak yang terlibat dalam pemilu, masyarakat umum, pelaku.ekonomi..dan media..massa dalam mendorong..demokratisasi (Renstra KPU 2015-2019, hal: 36).

1.2 Identifikasi Masalah

Pokok masalah yang diteliti mengenai peran dan strategi divisi hubungan masyarakat di lembaga KPU Kota Malang dalam mensosialisasikan kegiatan Pemilu dan Pilkada Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Agar Mengetahui peran dan strategi bagian hubungan masyarakat KPU Kota Malang dalam mensosialisasikan kegiatan Pemilu.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Dalam aspek akademik, diharapkan dapat mengembangkan pengetahuan tentang *public relations* terkait dengan pola, peran, strategi, dan teori Humas dalam lembaga pemerintah.

1.4.2 Dalam aspek praktis, dapat memberikan nilai tolak ukur untuk pandangan dan pengembangan pengelolaan pelayanan divisi humas KPU memaksimalkan potensi dimilikinya agar informasi dapat tersebar secara luas dan tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Butterick, Keith. 2012. Pengantar..*Public..Relations* : Teori..dan..Praktik. Jakarta: PT. Raja Grafindo..Persada
- Danandjaja. 2011. Peranan Hubungan masyarakat dalam Perusahaan. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jefkins, Frank. 2002. Public Relations. Jakarta : Erlangga
- Kusumastuti, 2002, HuMas: Suatu..Studi..Komunikasi, Remaja..Rosda..Karya Bandung.
- Moleong, Lexy. J, 2004, Metode..Penelitian..Kualitatif ed. Revisi, Remaja..Rosda..Karya, Bandung.A
- Mulyana, Deddy, 2004, Metode..Penelitian..Kualitatif, Remaja..Rosda..Karya, Bandung
- Regeh, Bintan Saragih. 1988. Lembaga..Perwakilan dan Pemilihan..Umum..di..Indonesia. Jakarta:Gaya Media Pratama.
- Renggo, LB; Najih, A; Qorib, F. 2021. Menjalin..Komunikasi..Publik: Strategi..Humas Universitas..Tribhuwana Tungadewi dalam..Menjaga Relasi Internal dan Eksternal. JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Vol 10 No 2 Hal 95-100.
- Ruslan, Rosady. 2001. Manajemen..Humas & Manajemen..Komunikasi : Konsep..dan..Aplikasi. Jakarta : Rajawali..Pers
- Sugiyono. (2017). Metode..Penelitian..Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D. Bandung: Alfabeta.
- Santoso, Brotodiharjo. 2005. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Bandung: Rafika Aditama