

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman membuat manusia semakin dituntut untuk saling memiliki ketergantungan antara orang satu dengan yang lain, atau antara organisasi dengan publik sehingga membutuhkan hubungan baik dan saling percaya untuk memenuhi kebutuhan. Mewujudkan hubungan baik antara orang satu dengan lainnya memiliki makna penting untuk organisasi. Setiap masyarakat yang tinggal di Indonesia ini menginginkan kesejahteraan yang diberiksn pemerintah sekitar. Pemerintah memang mempunyai tugas sebagai penanggung jawab kesejahteraan masyarakat sekitar sesuai dengan kebutuhan.

Dengan menggunakan dinas terkait pemerintah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan mengadakan fasilitas–fasilitas yang dibutuhkan saat ini. Secara bertahap, pemerintah tentunya selalu melakukan renofasi fasilitas umum untuk meningkatkan pelayanan mereka terhadap masyarakat yang dirasa kurang memadai untuk dipakai. Masyarakat tentunya juga akan senang apabila pemerintah bisa bersinergi dengan mereka dalam segala hal terutama pada perbaikan fasilitas umum yang langsung bersinggungan dengan masyarakat. Akan tetapi, tidak semua fasilitas umum di Kota Yogyakarta layak untuk digunakan. Terbukti dengan banyaknya keluhan dari masyarakat yang tidak puas dengan pelayanan fasilitas umum tersebut di beberapa tempat yang sekarang sudah tidak bisa digunakan secara normal kembali.

Pemerintah Kota Yogyakarta dalam mempermudah komunikasi dan penyebaran informasi kepada masyarakat, menunjuk Dinas komunikasi Informatika dan Persandian Kota Yogyakarta sebagai perwakilan organisasi. Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian ini merupakan salah satu Dinas pada pemerintah Kota yang sebelumnya memiliki nama Bagian kehumasan Kota Yogyakarta.

Pada tahun 2004 pemerintah kota Yogyakarta membentuk Unit pelayanan informasi dan Keluhan (UPIK) yang menjadi salah satu tugas untuk dikelola oleh bagian Bagian Hubungan masyarakat dan Informasi yang sekarang berubah nama menjadi Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian. Pendirian UPIK bertujuan untuk mendapatkan informasi dan masukan berupa keluhan, pertanyaan, informasi, dan saran langsung dari masyarakat, serta memberi respon atas informasi yang masuk ke pemerintah Kota Yogyakarta.

Dalam menampung opini masyarakat, UPIK merupakan media humas untuk memudahkan pemerintah Kota Yogyakarta dalam memajukan program kerjanya. Humas berupaya untuk mempengaruhi publik agar memberikan opini yang positif bagi organisasi ataupun pemerintah, namun disisi lain humas juga harus mengumpulkan informasi dari khalayak, mengintrepetasikan informasi itu dan melaporkan kepada manajemen jika informasi itu memiliki pengaruh terhadap keputusan manajemen.

Berbagai keluhan dari masyarakat bisa dikeluhkan melalui berbagai media agar nantinya bisa tersimpan pada pihak yang berwenang untuk

menindaklanjutinya. Pelayanan yang di gunakan UPIK salah satunya berupa aduan yang diberikan melalui website, melalui website ini dirasa lebih menjangkau kesemua bagian di kota yogyakarta dengan bisa diakses dimana saja. Dengan kata lain penggunaan website ini untuk menjaring keluhan dan masukan masyarakat tentunya memiliki kelebihan khusus pada kemudahan dan perluasan jangkauan.

Website merupakan halaman informasi yang ditamplkan melalui internet yang bisa diakses dimana saja dengan menggunakan akses internet. Hal demikian di manfaatkan UPIK memberikan layanan pengaduan keluhan untuk memajukan kota yogyakarta salahsatunya fasilitas umum yang ada di kota Yogyakarta.

Tindakan pelayanan selalu memiliki baragam rsepon dari masyarakat, baik puas maupun kurang puas. Untuk masyarakat yang merasa tidak puas, berkemungkinan akan melakukan keluhan atau bahkan berkemungkinan pula akan menarik diri dari sebuah kelompok atau organisasi. Pada awalnya keluhan menyampaikan sesuatu yang bersifat kritik terhadap pemerintah mengenai pleksanaan yang telah diberikan oleh sebuah instansi tertentu yang bertujuan untuk dapat memberikan pelayanan yang lebih baik.

Humas merupakan salah satu bagian dari suatu instansi yang mempunyai tugas memahami dan mengevaluasi berbagai opini publik atau isu publik terhadap suatu instansi yang digunakan sebagai masukan terhadap berbagai macam kebijakan agar tercipta keharmonisan antara suatu instansi dengan

publik sebagai tujuan akhir. Humas sebagai komunikator publik juga harus menjadi penyampai informasi kepada masyarakat dengan baik.

Pemerintah Kota Yogyakarta selalu melakukan komunikasi dengan masyarakat untuk menyerap semua kebutuhan yang diperlukan oleh masyarakat. Tidak dipungkiri bahwa masyarakat inilah yang lebih mengetahui permasalahan yang terjadi langsung dilapangan. Dengan banyaknya kebutuhan yang di perlukan masyarakat maka UPIK ini dirasa merupakan wadah yang tepat untuk menampung apa saja yang diinginkan oleh masyarakat, agar keefektifan sebuah kelembagaan bisa berjalan dua arah antara pemerintah dan masyarakat. Komunikasi dua arah inilah yang menjadi kewajiban dari pemerintah untuk mengoptimalkan programnya.

Namun sekarang terdapat beberapa kendala dalam manajemen humas untuk mengelola UPIK. Dalam sumberdaya manusia pengelola UPIK, tidak ada perubahan dari tahun ketahunya masih tetap pada jumlah pengelola yang sedikit. Banyak keluhan yang masuk untuk memberikan layanan yang baik dibutuhkan sumberdaya manusia yang ahli di bidangnya. Tetapi untuk memberikan pelayanan hanya ditangani oleh beberapa orang saja membuat keluhan yang masuk menjadi kurang ada respon.

Kendala selanjutnya dalam manajemen humas yaitu memberi respon dinas terkait yang terkesan lambat. Kendala ini juga terjadi dari tahun ketahun belum banyak terjadi perubahan, komunikasi yang berjalan tidak lancar akan menghambat kinerja Dinas Komunikasi informatika dan Persandian sebagai

dinas yang mengelola UPIK untuk memberikan layanan kepada masyarakat. Menimbulkan *feedback* yang negatif terhadap Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian, apabila keluhan dari masyarakat belum direspon dan di tindaklanjuti dan tida menutup kemungkinan masyarakat akan mengeluh lagi kepada pemerintah Kota Yogyakarta.

Fungsi humas secara tidak langsung adalah sebagai mediator penyampaian pesan masyarakat kepada pemerintah Kota Yogyakarta maupun dinas terkait. Dalam mengelola pesan dari masyarakat perlu adanya penerapan majemen humas yang baik agar semua bentuk keluhan bisa dikelola dengan baik dan ditangani. Ada beberapa dinas terkait yang sering memberikan respon lambat, sehingga membuat tugas humas menjadi dobel.

Penelitian ini selanjutnya akan meneliti tentang manajemen humas yang ada pada Unit Pelayanan Informasi dan Keluhan sebagai tanggung jawab Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian Kota Yogyakarta yang digunakan untuk mengelola keluhan masyarakat agar nantinya secara tidak langsung dapat memperbaiki fasilitas umum. Penelitian akan difokuskan dalam pengelolaan humas pada website UPIK dalam perbaikan fasilitas umum periode Agustus 2017.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka timbul beberapa permasalahan yang membuat penulis untuk melakukan sebuah penelitian. Dengan rumusan masalah sebagai berikut : **Bagaimana**

Manajemen Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam Pengelolaan Website Unit Pelayanan Informasi dan Keluhan (UPIK) untuk Memperbaiki Fasilitas Umum (Periode Agustus 2017)

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui manajemen humas pemerintah Kota Yogyakarta dalam mengelola Unit Pelayanan Informasi dan Keluhan untuk memperbaiki fasilitas umum.
2. Mengetahui Bagaimana pelayanan UPIK pada Pemerintah Kota Yogyakarta
3. Mengetahui pengelolaan aduan yang ada pada UPIK kota Yogyakarta.

C. Manfaat

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat bagi perkembangan dunia ilmu komunikasi, antara lain :

1. Teoritis

Memperkaya kajian ilmu kehumasan dalam pemerintah, terutama pada bidang perbaikan sistem manajemen dan partisipasi masyarakat.

2. Akademis

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi, bagi penelitian komunikasi selanjutnya.

3. Praktisi

Dari manfaat secara praktis, penelitian ini bisa bermanfaat :

a. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan bagi peneliti dibidang *Public Relations*

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini bisa bermanfaat sebagai wacana untuk menambah wawasan tentang pelayanan publik pada masyarakat

c. Bagi pihak pemerintah

Membantu pemerintah kota Yogyakarta untuk memahami peran partisipasi masyarakat, dan juga bisa membantu dalam mnajemen humas untuk memperbaiki fasilitas umum ,elalui unit pelayanan informasi dan keluhan.

D. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini diklasifikasikan sebagai penelitian dengan pendekatan kualitatif yaitu peneliti melakukan penelitian langsung secara intensif, terinci dan mendalam terhadap suatu organisasi, lembaga atau gejala tertentu serta dengan pengamatan obyek yang diteliti secara mendalam.

Penelitian Kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang di alami oleh subjek penelitian secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang di amanati¹.

Penelitian ini bertujuan untuk membuat deskriptif secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta atau sifat-sifat objektif tertentu².

2. Jenis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua macam data yang sesuai dengan klasifikasi analisis yang diteliti oleh penulis, berdasarkan dari jenis dan sumbernya, yaitu:

¹ LEXY MOLEONG, dalam buku Metodologi Penelitian Kualitatif (2012) hal. 34

² Kriyantono, dalam Buku Teknik Praktis Riset Komunikasi (2006), hal 69

- a. Data Primer, merupakan data yang diperoleh dari data-data yang di kumpulkan penulis secara langsung dari objek penelitian setelah mereka memberikan jawaban yang sesuai dengan fokus penelitian.
- b. Data sekunder, merupakan data yang di peroleh dari bahan kepustakaan yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Bentuk data sekunder ini berupa catatan, buku literature, koran, dokumen, laporan, dan sumber lainnya. Data sekunder ini dibutuhkan untuk melengkapi dan menunjang data primer yang berhubungan dengan permasalahan di dalam penelitian.

3. Subyek dan Obyek penelitian

Subyek dari penelitian ini adalah Unit Pelayanan Informasi dan Keluhan (UPIK). Sedangkan obyek penelitian ini adalah Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian Kota Yogyakarta yang bertanggung jawab mengelola UPIK untuk memperbaiki Fasilitas umum.

4. Teknik pengumpulan data

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan teknik sebagai berikut:

- a. Pengumpulan data melalui studi pustaka, dokumen dan hasil-hasil penelitian yang relevan serta melalui lembaga terkait dengan masalah yang diteliti.

b. Penelitian lapangan yaitu pengumpulan data yang langsung pada obyek penelitian. Dalam pelaksanaannya, tetap memperhatikan perkembangan kondisi serta faktor-faktor lain yang berpengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap penelitian ini, misalnya tingkat validitas, dan tingkat kejenuhan data. Pengumpulan data dilapangan dapat dilakukan melalui:

- 1). Wawancara yaitu dengan mengadakan dialog atau komunikasi baik secara bebas maupun secara mendalam pada informan yaitu pengelola Unit pelayanan Informasi dan Keluhan (UPIK) kota Yogyakarta.
- 2). Observasi yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap obyek penelitian yang dimana dalam penelitian ini website UPIK.
- 3). Kajian Pustaka, yakni dengan mengumpulkan data-data tulisan baik itu dari dokumen maupun arsip-arsip lainnya mengenai UPIK.

Dengan demikian Narasumber yang dipilih dalam penelitian ini adalah informan yang diharapkan mampu memberikan informasi utama tentang fokus kajian dari penelitian ini.

5. Metode Analisis Data

Analisa data kualitatif adalah upaya yang di lakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi suatu yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang di pelajari, dan menemukan apa yang dapat di

ceritakan kepada orang lain. Penelitian yang kaya data tidak akan berarti sama sekali jika data tersebut tidak di rangkai dalam struktur makna yang logis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptik analistik yang merupakan suatu bentuk penelitian berupa Proses pengumpulan dan penyusunan analisis data, kemudian semua data yang sudah terkumpul dianalisis sehingga diperoleh pengertian data yang jelas.

Metode analisis yang digunakan adalah model alir dengan beberapa tahapan yaitu data, displaydata, dan verifikasi data³. Penerapan teknik analisis data tersebut dalam penelitian ini adalah:

1. Reduksi Data, berupa merangkum data, memilih pokok permasalahan berupa hal-hal penting yang kemudian disusun sistematis, sehingga memberikan gambaran jelas tentang hasil penelitian. Reduksi bisa dilakukan dengan merangkum kegiatan yang merujuk pada manajemen pelayanan Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian Kota Yogyakarta sebagai pengelola Unit Pelayanan Informasi dan Keluhan (UPIK).
2. Display Data, yaitu menyajikan data yang didapatkan melalui lapangan dan kemudian disusun secara sistematis, sehingga tersusun

³ Matthew B. & A. Michael Huberman. Buku Analisis Data Kualitatif. Edisi Revisi. (1999) Hal. 16

gambaran yang jelas tentang data yang dihasilkan dari penelitian yang dilakukan.

3. Pengambilan Kesimpulan dan Verifikasi, merupakan kegiatan penggambaran utuh dari objek penelitian. Proses penarikan kesimpulan didasarkan pada hubungan informasi yang tersusun dalam bentuk yang kemudian dijadikan sebuah data, melalui informasi tersebut. Peneliti dapat melihat apa yang diteliti dan menentukan kesimpulan yang benar sebagai objek penelitian. Kesimpulan juga diverifikasi langsung oleh peneliti selama proses penelitian berlangsung. Pada tahap selanjutnya, verifikasi juga digunakan sebagai pemeriksa keaslian sebuah data. Jika penelitian masih berlangsung maka setiap kesimpulan yang ditetapkan akan terus-menerus diverifikasi hingga benar-benar memperoleh kesimpulan yang valid.

E. Kerangka Teori

1. Konsep Publik Relation / Humas

Public Relations adalah salah satu cabang ilmu komunikasi yang sangat penting. Setiap orang pasti melakukan fungsi humas baik untuk kepentingan dirinya sendiri, orang lain, kelompok, organisasi dan masyarakat. Suatu usaha yang direncanakan secara terus-menerus dengan sengaja guna membangun pengertian timbale balik antara organisasi dan masyarakatnya.

Pada hakikatnya, dalam melakukan proses komunikasi terdapat suatu usaha untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara suatu badan/perusahaan dengan publiknya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hubungan masyarakat (Humas) merupakan suatu fungsi management.

Berikut merupakan pengertian tentang *Public Relations*

Public Relations adalah suatu kegiatan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, *good will*, kepercayaan, penghargaan dari *Public Relations* terdapat suatu usaha untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara suatu badan dengan publiknya, usaha untuk memberikan atau menanamkan kesan yang menyenangkan, sehingga akan timbul opini publik yang menguntungkan bagi perusahaan.

Humas atau *Public Relation* ini kemudian bisa dijadikan satu garis jalan untuk menghubungkan keseluruhan elemen dari struktur keorganisasian. Mengkomunikasikan segala hal yang perlu di sampaikan ke pihak-pihak terkait juga merupakan sebuah konsep adanya sebuah humas itu sendiri, dengan membicarakan program hingga menyampaikan keluhan dan menjawab pertanyaan dari pihak-pihak selain dari organisasi itu sendiri.

Public Relations adalah fungsi manajemen yang memiliki ciri yang terencana dan kontinu melalui organisasi untuk memperoleh pengertian, simpati, dan dukungan. *Public Relations* bertanggung

jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan masyarakat untuk menerima sebuah situasi. *Public Relations* diharapkan untuk membuat program-program dalam mengambil tindakan secara sengaja dan terencana dimana secara operasional humas bertugas membina lingkungan yang harmonis antara organisasi dan publiknya.

Humas mencakup hal- hal sebagai berikut :

- 1) Humas memiliki kaitan erat dengan opini publik Humas berupaya untuk mempengaruhi public agar memberikan opini yang positif bagi perusahaan, disisi lain humas harus berupaya mengumpulkan informasi dari khalayak dan melaporkan kepada manajemen jika informasi itu memiliki pengaruh terhadap keputusan manajemen.
- 2) Humas memiliki kaitan erat dengan komunikasi Praktisi humas bertanggung jawab menjelaskan tindakan perusahaan kepada khalayak yang berkepentingan dengan perusahaan. Humas merupakan fungsi manajemen.
- 3) Humas berfungsi membantu manajemen dalam menetapkan tujuan yang hendak di capai serta menyesuaikan diri terhadap lingkungan. Humas juga harus memiliki kegiatan yang terencana dengan baik.

Seorang humas/PR mempunyai beberapa kegiatan utama, yakni :

- 1) Menjalankan program terencana dan berkesinambungan sebagai bagian dari manajemen organisasi
- 2) Berurusan dengan hubungan antara organisasi dengan publiknya
- 3) Memantau pengetahuan, pendapat, sikap dan perilaku di dalam dan di luar organisasi
- 4) Menganalisis pengaruh kebijakan, prosedur dan tindakan pada publik
- 5) Menyusun kebijakan, aturan dan tindakan yang di pandang menimbulkan konflik dengan kepentingan public dan keberadaan suatu lembaga/perusahaan
- 6) Memberikan saran dan masukan kepada manajemen dalam pembuatan kebijakan, aturan dan tindakan
- 7) Membangun dan memelihara hubungan komunikasi dua arah antara lembaga/organisasi dengan publiknya
- 8) Menghasilkan perubahan yang khusus dalam pengetahuan, pendapat, sikap dan perilaku di dalam dan di luar lembaga/organisasi
- 9) Menciptakan hubungan baru dan atau memelihara hubungan antara lembaga/organisasi dengan publiknya.

a. Fungsi *Publik Relation* / Humas

Fungsi dari seorang *Publik relation*/humas adalah melaksanakan komunikasi dua arah atau timbal balik antara suatu lembaga/perusahaan dengan pihak public yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu atau kebijakan demi kemajuan dan citra positif bagi lembaga/perusahaan.

Menurut Djanalis Djanaid⁴ “Ada dua fungsi *Public Relations* yaitu fungsi konstruktif dan fungsi korektif”. Dalam fungsi konstruktif ini, *Public Relations* mendorong semua aktivitas/kegiatan yang dilakukan perusahaan/organisasi sehingga dapat terencana dan berkesinambungan yang cenderung bersifat proaktif. Sedangkan dalam fungsi korektif, *Public Relations* diibaratkan sebagai pemadam kebakaran, artinya apabila sebuah perusahaan/organisasi terjadi masalah-masalah dengan publik, maka dapat segera mengatasi dan menyelesaikan masalah tersebut.

Pendapat tersebut memberikan gambaran bahwa fungsi *Public Relations* yaitu untuk menciptakan komunikasi dua arah guna untuk menyebarkan informasi kepada publik. Adanya komunikasi tersebut juga dapat menyalurkan opini publik tentang organisasi.

⁴ dikutip oleh Frida Kusumastuti, Buku Dasar-Dasar Humas, (2002) hal. 22

Humas/PR mempunyai tugas ganda, dimana di satu pihak berupaya menjaga citra lembaga/perusahaan dan di lain pihak ia harus berhadapan dengan berbagai situasi yang kurang menguntungkan seperti *opini public* yang negatif. Untuk mengatasi perubahan opini public dibutuhkan upaya *Public Relations* yakni melakukan proses transfer dari situasi negatif diupayakan menjadi situasi positif yang menguntungkan, khususnya merekayasa atau menggalang opini public sesuai tujuan untuk memperoleh citra yang baik bagi lembaga atau perusahaannya.

Selain fungsi diatas, seorang humas/PR juga mempunyai fungsi dalam menjalankan tugasnya, yaitu :

- 1) Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan lembaga/perusahaan
- 2) Membina hubungan harmonis antara lembaga dengan public internal dan public eksternal
- 3) Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari lembaga kepada publiknya dan menyalurkan opini public kepada lembaga
- 4) Melayani public dan menasehati atau memberi masukan kepada pemimpin lembaga demi kepentingan umum

5) Operasionalisasi dan organisasi humas adalah bagaimana membina hubungan harmonis antara lembaga dengan publiknya, untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis baik yang ditimbulkan dari pihak lembaga maupun dari pihak publiknya.

Teori Fungsi Humas

Tujuan utama manajemen adalah mengelola suatu hal menjadi kesatuan yang terpadu, sehingga suatu pekerjaan dapat terorganisir dengan baik. Manajemen pada humas biasanya dilakukan dengan melalui proses manajemen yang dirumuskan oleh Scott M. Cutlip yaitu melalui mendefinisikan problem (*fact finding*), perencanaan dan pemrograman (*planning*), mengambil tindakan (*communicating*), mengevaluasi program (*evaluating*).

Pada penjelasannya Cutlip secara eksplisit memposisikan humas sebagai problem solving dalam hal manajemen tersebut. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling), yang secara khusus dijabarkan sebagai berikut:

a. Planning (Perencanaan)

Esensi perencanaan sebagai fungsi manajemen adalah pengambilan keputusan dengan memilah dan memilih alternatif

kegiatan yang akan atau tidak dilaksanakan, agar usaha mencapai tujuan organisasi berlangsung secara efektif dan efisien.

b. *Organizing* (Pengorganisasian)

Organizing merupakan jembatan yang menghubungkan rencana dengan pelaksanaan, yakni penggerakan atau penggiatan orang-orang yang akan dilibatkan dalam pencapaian tujuan. Pengorganisasian adalah kegiatan membagi-bagikan tugas kepada komponen-komponen aktivitas di antara para anggota kelompok. Dengan demikian “*the right man in the right place*” di sini memegang peranan yang sangat penting, sebab efektivitas dan efisiensi lebih banyak ditentukan oleh ketepatan orangnya.

c. *Actuating* (Pelaksanaan)

Kegiatan pelaksanaan ini meliputi pengarahan, bimbingan, komunikasi, dan juga termasuk melakukan koordinasi. *Actuating* merupakan usaha untuk menggerakan anggota-anggota kelompok sedemikian rupa hingga mereka berkeinginan dan berusaha mencapai sasaran-sasaran perusahaan yang bersangkutan. Untuk melaksanakan tugas dengan baik para anggota kelompok harus dimotivasi. Pemberian penghargaan kepada pihak yang melaksanakan pekerjaan dengan prestasi yang baik juga perlu dilakukan untuk yang secara tidak langsung memotivasi pihak lain untuk meningkatkan kualitas kerjanya. Meskipun pada dasarnya

motivasi pada setiap individu sebenarnya sudah ada akan tetapi perlu adanya sebuah motivasi dari pihak yang berada di atasnya dalam hal jabatan agar lebih mampu meningkatkan produktivitas dari sebuah pekerjaan. Dalam pelaksanaannya, melakukan *actuating* harus mampu melibatkan seluruh pihak yang bersangkutan serta mewujudkan kerjasama yang baik untuk mewujudkan sebuah perencanaan. Oleh karena itu dibutuhkan komunikasi yang efektif agar terjalin hubungan yang baik dalam suatu organisasi kerja agar tujuan organisasi lebih mudah untuk dicapai. Selain itu dengan komunikasi yang efektif dapat menghindari adanya *miss komunikasi* di dalam sebuah organisasi yang berakibat pada dampak-dampak yang tidak baik.

d. *Controlling* (Pengawasan atau Evaluasi)

Controlling merupakan sebuah proses untuk mengukur (*measurement*) dan menilai (*evaluasi*) tingkat efektivitas kerja personil dan tingkat efisiensi penggunaan sarana kerja dalam memberikan kontribusi pada pencapaian tujuan organisasi.

2. Publik Internal/Publik Eksternal

a. Publik Internal

Internal Public Relations atau humas yang biasa dikenal dengan *internal relations* adalah hubungan yang terjalin antara

organisasi, perusahaan atau instansi dengan publik atau khalayak yang berada di dalam suatu organisasi, perusahaan atau instansi tersebut.

Khalayak atau publik yang menjadi bagian dari kegiatan usaha organisasi atau instansi termasuk pada publik internal. Dalam dunia bisnis *Public Relations*, publik internal ini disesuaikan dengan bentuk dari pada organisasi yang bersangkutan apakah organisasi tersebut terventuk suatu perusahaan dagang, instansi pemerintah ataupun lembaga pendidikan. Jadi tergantung dari jenis, sifat atau karakter dari organisasinya dan umumnya khalayak atau publik tersebut adalah yang menjadi bagian dari kegiatan usaha, instansi maupun perusahaan itu sendiri.

Hubungan dengan publik internal perlu dijalin dan dijaga, agar terjadinya suasana harmonis dalam tubuh organisasi, perusahaan atau instansi tersebut. Dengan adanya hubungan harmonis tadi, maka secara otomatis suasana yang kondusif pun dapat tercipta dengan sendirinya untuk memajukan organisasi, perusahaan atau instansi tersebut, selain itu pula organisasi, perusahaan atau instansi akan terdorong lahirnya good image didalam publik internal.

Hubungan yang terbentuk dalam publik internal pada suatu perusahaan adalah sebagai berikut⁵ :

1. Employee Relations (Hubungan dengan para pegawai)
2. Manajer Relations (Hubungan dengan para manajer)
3. Stakeholder Relations (Hubungan dengan para pemegang saham)
4. Labour Relations (Hubungan dengan para buruh)
5. Human Relations (Hubungan manusiawi)

Penjelasan mengenai hubungan publik internal tersebut adalah sebagai berikut :

1. *Employee Relations* (Hubungan dengan para pegawai)

Merupakan suatu kegiatan *Public Relations* untuk memelihara hubungan antar pihak manajemen dengan para karyawannya. Dapat dilakukan melalui berbagai hal misalnia memberikan upah yang cukup, perlakuan yang adil, memberikan jaminan kesehatan, ketenangan dalam bekerja memberikan penghargaan atas hasil kerja yang telah diraih.

2. *Manajer Relations* (Hubungan dengan para manajer)

⁵ Yulianita, dalam buku Dasar-Dasar *Public Relations*, (1999) hal 68

Merupakan suatu kegiatan *Public Relations* yang memelihara hubungan baik antara para manajer dilingkungan perusahaan. Misalnya koordinasi kerja antar jabatan dan rumah dinas.

3. *Stakeholder Relations* (Hubungan dengan para pemegang saham)

Merupakan suatu kegiatan *Public Relations* untuk memelihara hubungan baik antar pemegang saham dengan tujuan membina hubungan dan untuk memajukan perusahaan. Misalnya menyatakan selamat kepada pemegang saham baru memberikan laporan dan mengirimkan majalah organisasi.

4. *Labour Relations* (Hubungan dengan para buruh)

Merupakan suatu kegiatan *Public Relations* untuk memelihara hubungan antara pimpinan dengan serikat buruh yang berada didalam perusahaan dan turut menyelesaikan masalah-masalah yang timbul diantara keduanya.

5. *Human Relations* (Hubungan manusiawi)

Merupakan suatu kegiatan *Public Relations* untuk memelihara hubungan baik antar sesama warga perusahaan dengan tujuan untuk mempererat rasa persaudaraan dan meningkatkan kesejahteraan demi kepuasan bersama.

Agar tercipta hubungan yang harmonis dan selaras antar publik internal dalam suatu organisasi atau perusahaan, maka harus

dibangun komunikasi yang baik bersifat dua arah (two way communications) yaitu komunikasi antara pimpinan dengan bawahan.

b. *Eksternal Public Relations*

Bagi suatu perusahaan hubungan dengan publik di luar perusahaannya merupakan suatu keharusan yang mutlak. Publik eksternal adalah publik yang berada diluar organisasi atau perusahaan yang harus diberikan penerangan atau informasi untuk dapat membina hubungan baik. Maka dari itu, informasi hendaknya diberikan secara jujur, teliti, sempurna, dan berdasarkan fakta yang sebenarnya. Komunikasinya dilakukan secara persuasif yang dilaksanakan atas dasar membangkitkan perhatian komunikan (publik) sehingga timbul rasa tertarik akan pesan yang disampaikan.

Publik eksternal adalah publik yang berada di luar organisasi atau perusahaan, tetapi hubungan antara keduanya harus harmonis karena akan berpengaruh terhadap suatu organisasi atau perusahaan. Organisasi atau perusahaan tersebut harus menentukan publik mana yang menjadi sasaran pembinaan hubungan eksternal dan bergantung pada sifat dan ruang lingkup organisasi atau perusahaan itu sendiri. Meskipun demikian, ada beberapa khalayak yang sama-sama menjadi sasaran kegiatan semua organisasi atau

perusahaan itu, seperti yang diungkapkan Effendy⁶ yakni sebagai berikut :

a) Hubungan dengan pelanggan (*Costumer Relations*)

Sukses yang benar diperoleh suatu perusahaan adalah mendapatkan pelanggan tetapi harus “dipegang”, caranya adalah dengan melakukan komunikasi, baik dengan publisitas maupun periklanan.

b) Hubungan dengan masyarakat sekitar (*Community Relations*)

Hubungan masyarakat sekitar senantiasa perlu dipelihara dan dibina karena pada suatu ketika mereka diperlukan.

c) Hubungan dengan pemerintah (*Government Relations*)

Pembinaan hubungan dengan pemerintah melalui jalan memelihara komunikasi akan banyak membantu lancarnya external *Public Relations*. Bila dijumpai kesulitan-kesulitan, dapat segera dipecahkan karena hubungan baik telah terpelihara sejak semula.

d) Hubungan dengan pers (*Press Relations*)

⁶ Effendy buku *Humas Relations dan Public Relations*, (1997) Hal. 77

Pers disini dalam arti luas, yakni semua media massa. Hubungan baik yang senantiasa terpelihara dengan media massa akan sangat membantu lancarnya publikasi.

Salah satu tujuan dari *External Public Relations* adalah dengan mengeratkan hubungan dengan orang-orang diluar organisasi atau perusahaan hingga terbentuknya opini publik yang favorable terhadap organisasi atau perusahaan tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, tugas terprnting dari *External Public Relations* adalah mengadakan komunikasi yang efektif, yang sifatnya informatif dan persuasif yang ditujukan kepada publik diluar organisasi atau perusahaan tersebut. Informasi yang disampaikan harus diberikan secara jujur, sesuai dengan fakta yang terjadi dan teliti terhadap informasi yang akan disampaikan. Karena publik mempunyai hak untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya tentang yang menyangkut kepentingannya. Komunikasi yang diselenggarakan *External Public Relations* harus timbal balik, sebab seseorang pemimpin yang baik bukanlah hanya pandai memberi informasi, tetapi juga pandai menerima informasi-informasi dan mengolahnya dengan seksama informasi tesebut.

Perhatian yang besar terhadap kepentingan publik dan bertindak sesuai dengan kepentingan mereka akan membangkitkan simpati dan kepercayaan publik terhadap organisasi atau

perusahaan. Sebaliknya jika sikap dan tindakan seseorang pemimpin atau petugas yang tidak memperhatikan kepentingan publik akan membawa kerugian. Maka salah satu tugas *Public Relations* adalah memikirkan dan memperhatikan kepentingan publiknya terlebih dahulu. Publik kadang-kadang sangat kritis, oleh karena itu sikap *correct* dan ramah merupakan salah satu syarat dalam berkomunikasi dengan publik, tanpa terpengaruh oleh “*appearance*”, “*personality*”, kata-kata mereka dan sebagainya.

Tugas-tugas yang harus dilakukan dalam *External Public Relations* atas dasar untuk memperoleh dukungan, pengertiannya dan kepercayaan dari publik luar (*External Relations*), menciptakan kesediaan kerjasama dari publik adalah :

- a. Menilai sikap dan opini publik terhadap kepemimpinan para pegawai dan metoda yang digunakan.
- b. Memberikan *advise* dan *counsel* pada pimpinan tentang segala sesuatu yang ada hubungannya dengan *Public Relations* mengenai perbaikan-perbaikan, kegiatan-kegiatan dan lain-lain.
- c. Memberikan penerangan-penerangan yang objektif, publik tetap *informed* tentang segala aktivitas dan perkembangan organisasi atau perusahaan.
- d. Menyusun staff yang efektif untuk bagian tertentu.

Fasilitas Umum

Fasilitas umum yang terdapat pada pemerintah kota Yogyakarta ini merupakan segala macam layanan yang di buat atau di sediakan dari pemerintah untuk di manfaatkan ataupun di gunakan untuk masyarakat luas. dalam pengelolaan UPIK, meskipun ada laman layanan umum namun terdapat beberpa sub bidang lainnya yang didalamnya terdapat fasilitas umum yaitu; penataan reklame, Dinas Permukiman dan Prasarana Wilayah (Kimpraswil), Lingkungan hidup, layanan publik, Taman.