**MANEJEMEN HUMAS PEMERINTAH KOTA YOGYAKARTA DALAM PENGELOLAAN WEBSITE UNIT PELAYANAN INFORMASI DAN KELUHAN ( UPIK ) UNTUK MEMPERBAIKI FASILITAS UMUM (Periode Agustus 2017)**

Aziz Abdillah

Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta

[azizabdillah3@gmail.com](mailto:azizabdillah3@gmail.com)

# Abstrak

Penelitian ini berkaitan tentang strategi yang dilakukan manejemen humas pemerintah Kota Yogyakarta dalam Pengelolaan website Unit Pelayanan Informasi dan Keluhan (UPIK) untuk Memperbaiki Fasilitas Umum. Pengelolaan fasilitas umum menggunakan empat fungsi manajemen yaitu, perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan, menganalisis, dan memberikan rekomendasi kepada pemerintah Kota Yogyakarta untuk meningkatkan strategi manajemen dalam layanan website UPIK. Selain itu, metodologi penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan wawancara dan studi dokumentasi sebagai sumber data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi manajemen yang dilakukan oleh humas pemerintah Kota Yogyakarta terdapat penemuan bahwa operator yang memberikan respon kepada masyarakat, terlihat beberapa mengabaikan keluhan dari UPIK dengan tidak memberi tanggapan.

*Kata Kunci: Manajemen humas, UPIK, Pemerintah, Website*

***Abstract***

*This research relates to the strategies carried out by the public relations management of the Yogyakarta city government in managing the website of the Information and Complaints Service Unit (UPIK) to improve public facilities. Management of public facilities uses four management functions, namely, planning, organizing, implementing, and evaluating. This study aims to describe, analyze, and provide recommendations to the city government of Yogyakarta to improve management strategies in UPIK website services. In addition, this research methodology uses descriptive qualitative research with interviews and documentation studies as data sources. The results of this study indicate that the management strategy carried out by the public relations of the Yogyakarta city government found that the operator who gave a response to the community seemed to ignore some complaints from UPIK by not responding.*

*Keywords: Public Relations Management, UPIK, Government, Website*

# PENDAHULUAN

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 lainya 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 kumunikasi dan penyebaran informasi kepada masyarakat, menunjuk Dinas komunikasi Informatika dan Persandian Kota Yogyakata sebagai perwakilan organisasi. Dinas Konunikasi 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 sekaran 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 nemiliki 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 keluahan 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 yeng tepat untung menampung apa saja yang diinginkan oleh masyarakat, agar keefektifan sebuah kelembagaan bisa berjalan dua arah antara pemerintah dan masyarakat. Komunkasi dua arah inilah yang menjadi kewajiban dari pemerintah untuk mengoptimalkan programnya.

Namun sekarang terdapat beberapa kendala dalam manejemen 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 menejemen 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 *feadback* 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.

Penelitan 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.

# 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 Manejemen 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.

# 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 geejala 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 amanati[[1]](#footnote-1).

Penelitian ini bertujuan untuk membuat deskriptif secara sistematik, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta atau sifat-sifat objektif tertentu[[2]](#footnote-2).

**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 verivikasi data[[3]](#footnote-3). 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 gambaran yang jelastentang data yang dihasulkan 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 dilangsungkan. Pada tahap selanjutnya, verifikasi juga digunakan sebagai pemeriksa keaslian sebuah data. Jika penelitian masih berlangsung maka setiap kesimpulan yang di tetapkan akan terus-menerus diverifikasi hingga benarbenar memperoleh kesimpulan yang valid.

# 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, *god 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 *Publik Relation* ini kemudian bisa dijadikan satu garuis jalan untuk menghubungka keseluruh 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 menejemen 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 mebuat program-program dalam mengambil tindakan secara sengaja dan terencana dimana secara operasional humas bertugas membina lingkungan yang harmonis antara organisasi dan 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 manejemen 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 melaksakan 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 meningktkan 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, perusahaam 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 berikut[[4]](#footnote-4) :

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 misalnua 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)

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 memlihara 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 perusahaa, 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 Effendy[[5]](#footnote-5) 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 ketila mereka diperlukan.

c) Hubungan dengan pemerintah (*Government Relations*)

Pembinaan hubungan dengan pemerintah melaui 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*)

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 disamapaikan 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 memperhatikasn 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 :

* 1. Menilai sikap dan opini publik terhadap kepemimpinan para pegawai dan metoda yang digunakan.
  2. Memberikan *advise* dan *counsel* pada pimpinan tentang segala sesuatu yang ada hubungannya denga *Public Relations* mengenai perbaikanperbaikan, kegiatan-kegiatan dan lain-lain.
  3. Memberikan penerangan-penerangan yang objektif, publik tetap informed tentang segala aktivitas dan perkembangan organisasi atau perusahaan.
  4. Menyusun staff yang efektif untuk bagian tertentu.

**Fasilitas Umum**

Fasilitas umum yang terdapat pada pemerintah kota Yogyakata 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 lainya yang didalamnya teerdapat fasiltas umum yaitu; penataan reklame, Dinas Permukiman dan Prasarana Wilayah (Kimpraswil), Lingkungan hidup, layanan publik, Taman.

# Kesimpulan

Berdasarkan temuan data yang diperoleh peneliti yang kemudian dianalisis, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan atas manajemen yang dilakukan humas terhadap UPIK. Dalam hal ini, manajemen humas Pemerintah kota Yogyakarta yang dilakukan kepada website UPIK dalam penanganan fasilitas umum menggunakan empat fungsi manajeman yaitu, perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi. Pemerintah juga telah memberi dukungan terhadap penyedia media atau alat bantu untuk operasional dalam pelaksanaan UPIK.

Perencanaan yang dilakukan UPIK dalam menerima keluahn fasilitas umum pada Agustus 2017 terlaksana dengan menunggu rencana dari pemerintah pusat yaitu Walikota ataupun Wakil Walikota, dengan kemudian diterapkan oleh UPIK.

Pada pelaksanaan yang dilakukan, terdapat penemuan bahwa operator yang memberikan respon kepada masyarakat, terlihat beberapa mengabaikan keluhan dari UPIK dengan tidak memberi tanggapan, pada prakteknya admin UPIK telah memberikan pesan terhadap operator yang bersangkutan dengan keluhan yang diberikan. Pada hal ini harus segera di tindak lanjuti untuk memfungsikan manajemen dengan merespon tentang pesan UPIK.

Pada aspek Evaluasi, Dalam melakukan evaluasi, humas mengevaluasi aspek-aspek yang yang berkaitan dengan pengelolaan UPIK diantaranya yaitu operator, dan juga terhadap pesan yang dikelola. Dalam melakukan evaluasi terhadap kinerja operator humas telah memiliki sebuah rujukan yang dianggap akurat, yaitu menu pada website berupa *top ten responsif* yaitu yang paling cepat dalam memberikan jawaban atas pesan dari masyarakat dan yang tidak responsif. Dalam hal ini peneliti melihat bahwa indikator yang dijadikan dasar tersebut kurang akurat tanpa adanya kroscek atas sebab tidak responsifnya seorang operator. Apabila hanya melihat dari segi batas waktu, maka hasil evaluasi kurang akurat. Sebaiknya humas menjadikan data tersebut sebagai bahan yang masih harus dilakukan peninjauan ulang. Bahkan bisa saja operator terkendala dengan jaringan yang bermasalah atau hal yang lainnya. Hal ini yang seharusnya lebih diperhatikan humas secara lebih detail mengenai sebab-sebab kurang responsifnya sebagaian operator pada UPIK.

Manajemen pada UPIK lebih banyak dikelola oleh admin UPIK itu sendiri sebagai salah satu pelaksana dari Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian Kota Yogyakartaakan tetapi tidak melibatkan dalam kegiatan tindak lanjut yang dilakukan oleh tim tindak lanjut, maka humas tidak mengetahui bagaimana proses terhadap pesan yang diberikan kepada pemerintah Kota Yogtakarta.

# Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran penulis untuk manajemen humas pemerinta kota Yogyakarta dalam pengelolaan Unit Pelayanan Informasi dan keluhan (UPIK), yaitu;

1. Diharapkan manajemen UPIK dapat memaksimalkan lagi oprator-oprator lain yang ada di OPD-OPD terkait dalam sistem UPIK, operator yang kurang responsif terhadap pesan UPIK diharapkan bisa meningktkan kinerjanya. Dengan tindakan yang baik serta kesadaran untuk melayani dengan baik pula yang sudah seharusnya selalu ditumbuhkan dalam pelaksanaan kerja operator.
2. Operator wajib membuka website UPIK sesering mungkin untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat, terutama operator terkait OPD yang menangani Fasilitas Umum.
3. Peran serta humas dalam menidak lanjuti pesan juga seharusnya dilibatkan dalam tim tindak lanjut, trutama pada pengawasan kinerja operator UPIK.
4. Maka diperlukan analisis yang lebih dalam mengenai dasar penggunaan media dalam melakukan promosi serta harapannya kepada masyarakat yang lebih luas dalam menjangkau UPIK, terutama pada fasilitas umum. Karean fasilitas umum ini mencangkup banyak OPD yang mengurusnya.

# Daftar Pustaka

Ardianto, Elvinaro. (2010). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Cutlip, Scott M. (2006). *Effective Public Relations.* Edisi Kesembilan. Jakarta:  
Kencana Prenada Group.

Gregory. (2012). *Public Relations dalam Praktik*. Jakarta : Erlangga.

Moleong, Lexy J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: Remaja  
Rosdakarya.

Morissan. (2008). *Manajemen Public Relations.* Jakarta: Kencana Prenada Media  
Group.

Mulyana, Deddy. (2012). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Pace, R. Wayne dan Don F. Faules. (2006). Komunikasi Organisasi. Bandung:  
Remaja Rosdakarya.

Ruslan, Rosady. (2012). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers

Ruslan, Rosady. (2008). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo.

Wasesa, Agung, Silih. (2010). *Strategi Manajemen Public Relations*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Suparmo, Ludwig. (2011). *Aspek Ilmu Komunikasi dalam Public Relations.* Jakarta : PT Indeks.

Sule, Ernie Trisnawati dan Kurniawan Saefullah. (2015). Pengantar Manajemen.Jakarta: Prenamedia Group.

Widodo, Suparno Eko. (2015) Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia.Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

**Jurnal**

Nurjanah, Adhianty dan Frizki Yulianti. 2016. Humas pemerintah & Digital PublicRelations (Studi Kasus: Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam  
Mensosialisasikan Tagline “Jogja Istimewa”).

Mahendra, Gerry Katon. 2017. Pengaduan Pelayanan Kesehatan di UnitPelayanan Informasi dan Keluhan (UPIK).

**Sumber lain**

upik.jogjakota.go.id/

jogjakota.go.id

1. LEXY MOLEONG, dalam buku Metodologi Penelitian Kualitatif (2012) hal. 34 [↑](#footnote-ref-1)
2. Kriyantono, dalam Buku Teknik Praktis Riset Komunikasi (2006), hal 69 [↑](#footnote-ref-2)
3. Matthew B. & A. Michael Huberman. Buku Analisis Data Kualitatif.

   Edisi Revisi. (1999) Hal. 16 [↑](#footnote-ref-3)
4. Yulianita, dalam buku Dasar-Dasar *Public Relations*, (1999) hal 68 [↑](#footnote-ref-4)
5. Effendy buku Humas Relations dan *Public Relations*, (1997) Hal. 77 [↑](#footnote-ref-5)