

**STRATEGI HUMAS KABUPATEN KARANGANYAR DALAM UPAYA
PENGEMBALIAN CITRA POSITIF
(STUDI KASUS GLA DAN BKK DI KABUPATEN KARANGANYAR)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Sosial (S.Sos).



Oleh :

Zaqiyah Muawanah

NIM : 13.12.11.038

JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SURAKARTA

2017

AGUS SRIYANTO, S.Sos., M.Si.
DOSEN JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SURAKARTA

NOTA PEMBIMBING

Hal : Skripsi Sdri Zaqiyah Muawanah

Lamp : 6 Eksemplar

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah

IAIN Surakarta

Di Surakarta

Assalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap skripsi saudara :

Nama : ZAQIYAH MUAWANAH

NIM : 13.12.11.038

Judul : STRATEGI HUMAS KABUPATEN KARANGANYAR
DALAM UPAYA PENGEMBALIAN CITRA POSITIF
(STUDI KASUS GLA DAN BKK DI KABUPATEN
KARANGANYAR).

Dengan ini kami menilai skripsi tersebut dapat disetujui untuk diajukan pada Sidang Munaqosah Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Surakarta Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Wassalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh

Surakarta, 14 Februari 2017

Pembimbing I


Agus Sriyanto, S.Sos., M.Si.
NIP. 19710619 200912 1 001

FATHAN, S.Sos., M.Si.

**DOSEN JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SURAKARTA**

NOTA PEMBIMBING

Hal : Skripsi Sdri Zaqiyah Muawanah

Lamp. : 6 Eksemplar

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah

IAIN Surakarta

Di Surakarta

Assalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap skripsi saudara :

Nama : ZAQIYAH MUAWANAH

NIM : 13.12.11.038

Judul : STRATEGI HUMAS KABUPATEN KARANGANYAR
DALAM UPAYA PENGEMBALIAN CITRA POSITIF
(STUDI KASUS GLA DAN BKK DI KABUPATEN
KARANGANYAR).

Dengan ini kami menilai skripsi tersebut dapat disetujui untuk diajukan pada Sidang Munaqosah Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Surakarta Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Wassalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh

Surakarta, 14 Februari 2017

Pembimbing I



Fathan, S.Sos., M.Si.

NIP. 19690208 199903 1 001

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI HUMAS KABUPATEN KARANGANYAR DALAM UPAYA
PENGEMBALIAN CITRA POSITIF
(STUDI KASUS GLA DAN BKK DI KABUPATEN KARANGANYAR)**

Disusun Oleh :

ZAQIYAH MUAWANAH

NIM : 13.12.11.038

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Jurusan Komunikasi dan
Penyiaran Islam

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

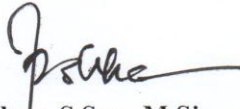
Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Pada hari Senin, tanggal 20 Februari 2017

dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana
Sosial (S.Sos)

Surakarta, 20 Februari 2017

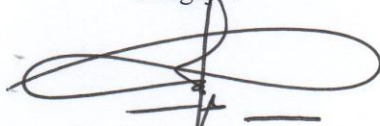
Ketua Sidang



Fathan, S.Sos., M.Si.

NIP. 19690208 199903 1 001

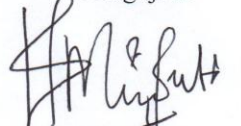
Pengujian I



Eny Susilowati, S.Sos., M.Si.

NIP. 19720428 200003 2 002

Pengujian II



Dr. Hj. Kamila Adnani, M.Si.

NIP.19700723 200112 2 003

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
IAIN Surakarta



Dr. Imam Mujahid, S.Ag., M.Pd.

NIP. 19740509 200003 1 002

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial dari Perguruan Tinggi Institut Agama Islam Negeri Surakarta seluruhnya merupakan hasil karya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruhnya skripsi ini bukan asli karya saya sendiri atau adanya plagiat murni, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surakarta, 14 Februari 2017

Yang membuat pernyataan



Zaqiyah Muawanah

NIM. 13.12.11.038

HALAMAN PERSEMBAHAN

Teruntuk yang terkasih :

Almamaterku tercinta Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Konsentrasi Public Relation

Kedua orang tuaku tersayang Sukjino, S.Pd.i dan Tri Mulyani

kakakku Nurul Hidayah, S.P dan Rakhmad Hadi Saputera, SP.i

Adik Muh Azka, Luqmanu Yusron, Ranu Planta

Sahabat dan teman terdekat Galih Satrio Jati, Irda Susanti, Apri Andayani, Wida Umiati,

I'is Tidaria, Rيسانg Bagaskoro, Agung Wahono, Alan Adi, Chandra Wisnu, Muh Rifa'i.

atas segala semangat, nasehat, motivasi, Inspirasi.

Seseorang yang akan ku temui di masa depan.

MOTTO

كل كم راعى وكلكم مسؤل عن رعيته

Kamu Semua Adalah Seorang Pemimpin dan Setiap Pemimpin itu Akan Dimintai

Pertanggungjawaban (di Dunia & Akherat)

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, meskipun dalam prosesnya, banyak sekali rintangan dan hambatan. Penulis menyadari dengan sepenuh hati bahwa dapat diselesaikannya skripsi ini benar-benar merupakan pertolongan Allah SWT. Shalawat dan salam semoga dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai figur teladan dalam dunia dakwah yang patut digugu dan ditiru.

Akhirnya setelah melalui perjalanan panjang penyusun dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Strategi Humas Kabupaten Karanganyar Dalam Upaya Pengembalian Citra Positif (Studi Kasus GLA dan BKK Di Kabupaten Karanganyar)*”. Penulis sepenuhnya menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk ini, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu/Sdr:

1. Dr. Mudhofir Abdullah, S.Ag, M.Pd selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
2. Dr. Imam Mujahid, S.Ag, M. Pd selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
3. Fathan, S.Sos, M.Si selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta dan Pembimbing I.
4. Dr. Hj. Kamila Adnani, M.Si selaku Sekretaris Jurusan dan Eny Susilowati, S.Sos, M.Si, selaku Penguji dan Dr. Zainul Abas M.Ag selaku Dosen

pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan *support* serta meluangkan waktu di sela-sela kesibukan untuk memberikan arahan.

5. Agus Sriyanto, S.Sos, M.Si selaku pembimbing II, yang telah memberikan masukan, sanggahan, saran, koreksi serta dukungannya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Teman-Teman Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2013 serta KKN 118.

Penulis berdoa semoga semua bantuan, bimbingan, dukungan tersebut diterima sebagai amal baik oleh Allah SWT, aamiin.

Surakarta, 14 Februari 2017

Penulis,

Zaqiyah Muawanah
13.12.11.038ABSTRAK

ABSTRACT

Zaqiyah Muawanah, NIM : 13.12.11.038. Strategi Humas Kabupaten Karanganyar Dalam Upaya Pengembalian Citra Positif (Studi Kasus GLA dan BKK Di Kabupaten Karanganyar). Skripsi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah. Institut Agama Islam Negeri Surakarta. 2017.

Skripsi ini berawal dari Krisis Kepemimpinan Bupati terjadi pada Kabupaten Karanganyar pada masa jabatan Rina Iriani Sri Ratna Ningsih pada periode ke II. Rina Iriani menerima uang Rp 11,1 miliar dari proyek perumahan bersubsidi Griya Lawu Asri (GLA) di Desa Jeruksawit, Kecamatan Gondangrejo. Kasus lain korupsi Badan Kredit Karanganyar (BKK) yang mengakibatkan Negara Rugi Rp3,4 Miliar. Perbuatan korupsi dilakukan Rina Iriani telah merugikan masyarakat kecil di Karanganyar karena tidak bisa menikmati rumah bersubsidi Griya Lawu Asri (GLA). Pemberitaan media massa tentang kasus korupsi Rina Iriani yang tidak ada hentinya. Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika (Dishubkominfo) menyebutkan citra negatif Kabupaten Karanganyar pada masa Rina Iriani terlihat dari kurangnya perhatian pada infrastruktur Kabupaten Karanganyar.

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Humas Kabupaten Karanganyar Dalam Upaya Pengembalian Citra Positif (Studi Kasus GLA dan BKK di Kabupaten Karanganyar) penelitian dilaksanakan di Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Jl. Nyi Ageng Karang No 1, Karanganyar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yaitu metode riset yang menggunakan berbagai sumber data yang digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok suatu program, organisasi, atau peristiwa yang sistematis.

Hasil dari penelitian ini adalah Humas menjalankan strategi peningkatan komunikasi informasi publik dengan mengadakan liputan semua kegiatan yang berhubungan dengan GLA dan BKK. Humas Kabupaten Karanganyar menjalin hubungan dengan awak media untuk berkerja sama menyampaikan informasi GLA dan BKK melalui media-nya masing-masing. Humas Kabupaten Karanganyar menuangkan beberapa gagasan baru yang dapat menarik minat masyarakat agar tertarik dengan program (GLA), seperti pemberian subsidi, uang muka ringan, dan angsuran yang ringan. Humas Kabupaten Karanganyar ikut berperan dalam Pengembalian citra BKK dengan mempublikasikan keberadaan BKK secara umum, dan memfasilitasi kegiatan BKK yang akan melibatkan masyarakat secara langsung. Citra Kabupaten Karanganyar sudah kembali positif terbukti dengan banyaknya masyarakat yang antusias dengan program GLA dan BKK.

Kata Kunci : Strategi, Pengembalian Citra, Pasca Kepemimpinan Rina Iriani

ABSTRACT

ZAQIYAH MUAWANAH, SRN: 13.12.11.038. The Strategy of Karanganyar Region's Public Relation Agency in Effort to Turn the Positive Image (A Case Study GLA and BKK in Karanganyar Region). A Thesis, Communication and Islamic Broadcasting, Ushuludin and Dakwah Faculty. The State Islamic Institute of Surakarta. 2017

This thesis begun by the Crisis of leadership happening in Karanganyar Region in the length service of RinaIriani Sri Ratna Ningsih in the II Period. RinaIriani received Rp. 11, 1 Milliard from the subsidy home project of GriyaLawuAsri (GLA) in JeruksawitVillage, in the Gondangrejo District. The other case was Corruption. The Karanganyar Credit Agency stated that The Country was loss profit Rp. 3,4 Milliard. The Iriana's corruption deed had been harmed the society because they unenjoyable the subsidy home project of GriyaLawuAsri (GLA). The news mass media distributed that Iriana's corruption deed everlasting. Transportation Communication and Informatics service stated government's bureaucracy pattern and Rina's LKPJ beating around the bush and the societies' believes to the Karanganyar Region Government became less.

This thesis haspurpose to understand about the strategy of Karanganyar Region's Public Relation Agency in effort to turn the positive image (A Case Study GLA and BKK in Karanganyar Region). The study take a place in Transportation Communication and Informatics service Nyi Ageng Karanganyar Street Number. 01, Karanganyar.

This study used qualitative approach with case study method. The research methodology used some data resources to study, to analyze, and to define comprehensively some individual aspect, a program community, organization, or systemic event.

The result from this study is Public Relations Agency. Public Relations Agency had done enhancement in public communication and information through conducting publication about all of activities that relate to GLA and BKK through their each media. Karanganyar Region's Public Relations Agency stated some new ideas that interest able the societies' interest to persuade them leading (GLA), such as giving subsidy, light down payment, and light installment payment. Karanganyar Region's Public Relations Agency had big participation relate to the BKK image trough published BKK commonly, and facilitated some BKK event that involved society directly. The Karanganyar Region image had become positive proven by many people that really enthusiast with GLA and BKK program.

Key Words: Strategy, Image Turn, After RinaIriani's Leadership.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
NOTA PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	x-xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kajian Teori.....	9
1. Strategi.....	9
2. Humas.....	9
a. Pengertian Humas.....	9
b. Fungsi & Peran Humas.....	11
3. Strategi Humas.....	13
a. Tahapan Proses Management.....	14
b. Strategi Internal dan Eksternal.....	18
4. Media Relation.....	22
a. Humas & Pers.....	22
b. Berita Humas.....	25

c. Bentuk Kegiatan Humas & Pers.....	25
5. Management Krisis.....	27
6. Kepemimpinan.....	28
7. Citra.....	27
a. Pengertian Citra.....	29
b. Proses Pembentukan Citra.....	30
B. Kerangka Berfikir.....	32
C. Telaah Pustaka.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Metodologi Penelitian.....	39
B. Tempat & Waktu Penelitian.....	41
C. Sumber Data.....	41
D. Teknik Pengumpulan Data.....	42
E. Keabsahan Data.....	43
F. Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Profile Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika	
1. Sejarah dan Profil Dishubkominfo.....	48
2. Visi dan Misi Dishubkominfo.....	50
3. Tujuan Dishubkominfo.....	51
4. <i>Job Description</i> Dishubkominfo.....	51
5. Aspek Redaksional Dishubkominfo.....	52
6. Denah Lokasi.....	57
B. Sajian Data.....	58
1. Diskripsi Masalah.....	58
2. Pemecahan Masalah.....	60
C. Analisis Data.....	65
1. Mengetahui Permasalahan (<i>Fact Finding</i>).....	65
2. Perencanaan (<i>Planning</i>).....	67
3. Komunikasi & Tindakan (<i>Communication & Action</i>).....	68
4. Evaluasi (<i>Evaluation</i>).....	70

D. Citra Internal & Eksternal.....	71
1. Upaya Memelihara Citra Internal.....	75
2. Upaya Memelihara Citra Eksternal.....	76
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	79
1. Akademis.....	79
2. Praktis.....	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tahapan Manajemen Strategi.....	17
Gambar 2 Model pembentukan citra pengalaman mengenai stimulus.....	30
Gambar 3 Bagan Proses Pendekatan Manajerial Humas.....	32
Gambar 4 Komponen dalam analisis data (<i>interactive model</i>).....	45
Gambar 5 Denah Lokasi Penelitian.....	57
Gambar 6 Keberhasilan Humas dalam pengembalian citra positif terlihat dari peminat Perumahan Jeruksawit semakin meningkat.....	70
Gambar 7 Sosialisasikan dengan mengikuti pameran perumahan rakyat oleh Kemenpera di Solo Paragon tanggal 14-19 Desember 2016.....	71
Gambar 8 Pamflet untuk mempromosikan Perumahan Jeruksawit.....	72
Gambar 9 Sosialisasi Perumahan Jeruksawit melalui TA Radio.....	72
Gambar 10 Fasilitas Perumahan Jeruksawit.....	73
Gambar 11 Bagan Strategi Humas Kabupaten Karanganyar dalam upaya pengembalian citra positif.....	77

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan jaman, keberadaan Humas tidak dapat dipisahkan dari keberadaan dan keberhasilan suatu pemerintahan.

“Dunia Humas mempunyai peran ganda, disatu pihak berupaya menjaga citra, baik terhadap lembaga atau organisasi pemerintahan yang diwakilinya, dan di pihak lain harus berhadapan dengan berbagai situasi yang kurang menguntungkan, seperti opini publik yang negatif, bertentangan, hingga menghadapi saat yang paling genting (*crucial point*) dan krisis kepercayaan dan citra negatif akibat kasus-kasus yang merugikan pemerintahan”. (Linggar Anggoro, 2002: 69).

Disinilah peran seorang Humas menjadi sangat penting disetiap lembaga atau instansi atau individu bahkan pemerintah yang diharuskan membentuk citra yang baik dalam keberadaannya di masyarakat dan mengembalikan citra positif.

Membentuk citra pemerintah yang baik, menjadi sangatlah penting. Apalagi dilihat dari perkembangan masyarakat pada umumnya yang menjadi semakin kritis dalam melihat segala hal. Pelaksanaan pemerintah pun memperoleh perhatian yang besar dari masyarakat. Mulai dari pelaksanaan pemerintah pusat hingga ke daerah-daerah. Yang paling dekat dengan masyarakat secara langsung tentu saja adalah pemerintah atau Kabupaten yang dipimpin oleh seorang Bupati. (Bambang Siswanto, 1992: 49).

Krisis Kepemimpinan Bupati di Kabupaten Karanganyar terjadi pada masa kepemimpinan periode ke II Rina Iriani Sri Ratna Ningsih. Rina Iriani Sri Ratna Ningsih lahir di Karanganyar pada tanggal 3 Juni 1962. Rina menjabat sebagai Bupati Karanganyar periode I tahun 2003-2008 dan periode II tahun 2008-2013. (<http://m.solopos.com/>, Minggu/20/11/2016).

Rina adalah Bupati perempuan pertama untuk wilayah eks-Keresidenan Surakarta. Dari sumber data Laporan Harta Kekayaan Penyelenggara Negara (LHKPN) Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK), Rina Iriani adalah Bupati terkaya di Indonesia dengan harta Rp. 55 miliar karena Rina Iriani adalah seorang pengusaha sukses (<http://m.solopos.com/>, Minggu/20/11/2016).

Kasus korupsi Rina mulai terungkap Pada akhir masa jabatannya. Bupati Karanganyar ini, disebut telah menerima uang Rp 11,1 miliar dari proyek perumahan bersubsidi Griya Lawu Asri (GLA) di Desa Jeruksawit, Kecamatan Gondangrejo. Penerimaan uang tersebut terungkap dalam sidang perdana kasus dugaan korupsi GLA dengan terdakwa Handoko Mulyono di Pengadilan Negeri (PN) Karanganyar. Jaksa Penuntut Umum (JPU) dalam dakwaannya secara gamblang menyebut nama Rina Iriani mendapat kucuran uang Rp 11,1 miliar bersama suaminya. (<http://seputar-indonesia.com/Senin/10/10/2016>).

Kasus ini merugikan negara senilai Rp 18,4 miliar. Rina menikmati uang hasil korupsi itu senilai Rp 11,1 miliar. Pada kasus ini, sebelumnya sudah dipidanakan dua mantan Ketua Koperasi Serba Usaha (KSU) Sejahtera, Fransiska Riyana Sari dan Handoko Mulyono (<http://m.solopos.com/>, Minggu/20/11/2016).

Selain itu, mantan suami Bupati Karanganyar Rina Iriani, Tony Iwan Haryono, yang pernah menjabat Ketua Dewan Pengawas KSU Sejahtera, menjadi terpidana kasus ini (<http://m.kompasiana.com/Selasa/4/10/2016>).

Kasus korupsi Rina menyebabkan Masyarakat tidak bisa menikmati rumah bersubsidi Griya Lawu Asri (GLA). Uang yang di korupsi Rina berasal dari APBN di Kementerian Negara Perumahan Rakyat (Kemenpera). Uang yang seharusnya digunakan untuk pembangunan Griya Lawu Asri (GLA) digunakan Rina untuk kepentingan pribadi, kontrak politik pemenangan pemilu dan biaya kampanye. Uang hasil korupsi Rina Iriani senilai Rp11,8 miliar selain untuk kepentingan pribadi juga di depositokan atas nama KSU Sejahtera ke PD. BPR BKK Karanganyar. Deposito tersebut dinikmati oleh pejabat tinggi BKK. Berdasarkan surat dakwaan jaksa penuntut umum (JPU) yang dibacakan pada persidangan di Pengadilan Tipikor Semarang, Selasa (19/8/2014), uang korupsi itu antara lain mengalir ke DPRD Karanganyar, aparat keamanan, kejaksanaan, dan lainnya. (<http://tempo.com/antikorupsijateng.wordpress.com/category/Karanganyar/Minggu/20/11/2016>).

Kasus Korupsi GLA Karanganyar sebut Bupati Terima Rp11 Miliar, selain itu Rina tersangkut korupsi terhadap Subsidi Perumahan, kasus lain korupsi Badan Kredit Karanganyar (BKK) yang mengakibatkan Negara Rugi Rp3,4 Miliar, Rina tersangkut kasus lagi korupsi dana

Instruksi Gubernur (Ingub) Provinsi Jawa Tengah (Jateng) tahun 2003/2004 senilai Rp10,3 miliar (tatv.co.id).

Perbuatan korupsi dilakukan Rina Iriani telah merugikan masyarakat kecil di Karanganyar karena tidak bisa menikmati rumah bersubsidi Griya Lawu Asri (GLA) sehingga sampai tahun 2016 ini (GLA) masih terbengkalai, kepercayaan masyarakat semakin menurun sehingga muncul lah citra yang buruk terhadap masyarakat luar maupun dalam terhadap Kabupaten Karanganyar (<http://www.solopos.com/kasus-gla-ky-biar-tidakmenghambat-rina-iriani-harus-ditahan/Minggu/20/11/2016>).

Media massa tidak hentinya memberitakan kondisi Kabupaten Karanganyar pasca kejadian kasus GLA dan BKK, sehingga pembangunan perumahan GLA menjadi terganggu prosesnya. Masyarakat yang sudah terlanjur membeli tanah di GLA enggan menempati rumahnya karena infrastruktur tidak mendukung dan tidak adanya akses jalan menuju jalan raya. Pembangunan GLA terhenti, sehingga tidak ada masyarakat lain yang tertarik memiliki hunian di Griya Lawu Asri. Hal tersebut diatas adalah beberapa citra negatif yang timbul di masyarakat karena kasus korupsi dana GLA. (Wawancara dengan Seksi Komunikasi Wuri Ratnaningsih, SE, 22 Februari 2017).

Korupsi dana BKK oleh para pejabatnya menyebabkan aktivitas operasional BKK tidak berjalan dan banyak kredit macet. Masyarakat menjadi tidak percaya untuk menyetorkan uangnya di BKK karena

khawatir tidak ada pertanggungjawaban dari pegawainya.(Wawancara dengan Seksi Komunikasi Wuri Ratnaningsih, SE, 22 Februari 2017).

Citra negatif Kabupaten Karanganyar pada masa Rina Iriani terlihat dari kurangnya perhatian pada infrastruktur Kabupaten Karanganyar. Rina Iriani lebih menekankan pada program *Media Relation* dan peningkatan pariwisata Kabupaten Karanganyar. Maka dari itu kekurangan pada masa kepemimpinan Rina Iriani dimanfaatkan oleh Juliyatmono untuk memperbaiki seluruh infrastruktur Kabupaten Karanganyar mulai dari memperbaiki infrastruktur pelayanan publik, jalan antar kota, provinsi direnovasi total. (Wawancara dengan Dra Eny Fauziah, MM ketua bidang komunikasi dan informatika, 22 Februari 2017).

Dengan adanya kasus Rina Iriani masyarakat Karanganyar penuh harap dengan kepemimpinan yang baru. Pemimpin yang baru diharapkan bekerja lebih baik dan beramanah serta mampu memperkenalkan Kabupaten Karanganyar kepada khalayak luas, dan benar-benar berkerjasama dengan mengatas namakan Rakyat, sebagaimana dilihat dari sudut pandang Islam bahwa kepemimpinan itu harus amanah.

Benarlah kata Rasul *Shallallahu'alaihi wa sallam* bahwa kekuasaan bisa jadi ambisi setiap orang. Namun ujungnya selalu ada penyesalan. Beliau bersabda

انكم ستخرسون علي الإ مارة وستكون ندامة يوم القيامة

“*Sesungguhnya kalian nanti akan sangat berambisi terhadap kepemimpinan, ujungnya hanya penyesalan pada hari kiamat. Di dunia ia mendapatkan kesenangan, namun setelah kematian sungguh penuh derita*” (HR. Bukhari no. 7148).

Untuk menjadi sosok seorang pemimpin yang baik kita harus meniru 4 sifat Rasulullah SAW yaitu Siddiq yang berarti benar, Amanah yang artinya benar-benar dapat dipercaya, Tabliq yang berarti menyampaikan dan Fatonah yang berarti bijaksana dan memiliki sifat terpuji (Sanihyah, 2002: 122).

Berdasarkan diskripsi diatas peneliti tertarik untuk meneliti tentang strategi Humas Kabupaten Karanganyar dalam upaya pengembalian citra positif (Studi Kasus GLA dan BKK Di Kabupaten Karanganyar). Dalam pengembalian citra positif perlu adanya strategi Humas.

Seorang praktisi Humas memiliki tugas tidak hanya sebagai pembentuk citra positif, melainkan sebagai fungsi manajemen suatu pemerintahan. Fungsi manajemen didasarkan pada analisis terhadap pengaruh yang kuat dari lingkungan, apa efek dan dampaknya terhadap publik internal maupun eksternal. (Rumanti, 2002 : 31).

B. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

1. Strategi Humas Kabupaten Karanganyar dalam upaya pengembalian citra positif pada kasus GLA dan BKK yang terbengkalai.
2. Animo masyarakat saat pemerintahan Rina Iriani dan Pasca Pemerintahan Rina Iriani terhadap infrastruktur pembangunan Kabupaten Karanganyar.

3. Strategi Humas Kabupaten Karanganyar dalam upaya pengembalian citra positif terhadap krisis kepercayaan yang menurun.
4. Kegiatan Humas dalam mengembalikan citra positif setelah kasus GLA yang terbengkalai serta kasus BKK di Kabupaten Karanganyar.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan dalam penelitian ini penulis membatasi penelitian strategi Humas Kabupaten Karanganyar dalam upaya pengembalian citra positif (Studi Kasus GLA dan BKK di Kabupaten Karanganyar).

D. Rumusan masalah

Peneliti memberikan rumusan masalah yang akan di bahas: Bagaimana strategi Humas Kabupaten Karanganyar dalam upaya pengembalian citra positif (Studi Kasus GLA dan BKK di Kabupaten Karanganyar).

E. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penulisan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui Strategi Humas Kabupaten Karanganyar Dalam Upaya Pengembalian Citra Positif (Studi Kasus GLA dan BKK di Kabupaten Karanganyar).

2. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat :

1. Manfaat Akademis

Untuk memperluas wawasan yang berkaitan judul-judul pada strategi Humas Kabupaten Karanganyar dalam upaya pengembalian citra positif pasca kepemimpinan Rina Iriani Sri Ratna Ningsih dan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos).

2. Manfaat Praktis

Serta dapat menambah pengetahuan khususnya dibidang komunikasi. Dengan adanya hasil skripsi ini diharapkan memunculkan ide-ide kreatif bagi Humas Kabupaten Karanganyar.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. KAJIAN TEORI

1. Strategi

Strategi secara umum adalah teknik untuk mendapatkan kemenangan (*victory*) pencapaian tujuan (*to achieve goals*).

Menurut *bussines dictionary*, pengertian strategi adalah metode atau rencana yang dipilih untuk membawa masa depan yang diinginkan, seperti pencapaian tujuan atau solusi untuk masalah: pengertian strategi adalah seni dan ilmu perencanaan dan memanfaatkan sumber daya untuk penggunaan yang paling efisien dan efektif.

Berfikir strategis senantiasa melibatkan peramalan dan penetapan keadaan masa depan yang dikehendaki. Menentukan upaya-upaya apa yang akan membantu menuju sasaran dan merumuskan rencana untuk mencapai keadaan yang dikehendaki. Dalam bukunya Cutlip, Center and Broom mendefinisikan :

Strategi dapat didefinisikan sebagai penentuan tujuan dan sasaran dasar jangka panjang suatu perusahaan, pengambilan rangkaian tindakan dan pengalokasian sumber daya yang perlu untuk melaksanakan cita-cita ini. (Cutlip, Center and Broom, 2005:292).

2. Humas

a. Pengertian Humas

Humas atau Hubungan masyarakat merupakan terjemahan dari *Public Relations* mempunyai pengertian yang berbeda. Pertama sebagai

technique of communication (teknik komunikasi) dan kedua *method of communication* (metode komunikasi).

Humas pada hakekatnya adalah bagian dari kegiatan komunikasi. Konsep dari PR adalah sebagai jembatan antara perusahaan atau organisasi dengan publiknya untuk tercapainya *mutual understanding* (saling pengertian) antara perusahaan dengan publiknya. Konsep Public Relations sebenarnya berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan, dan melalui kegiatan-kegiatan tersebut akan muncul perubahan yang berdampak Tujuan Humas adalah menciptakan dan memelihara saling pengertian maksudnya adalah untuk memastikan bahwa organisasi tersebut senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak lain yang turut berkepentingan. (Frank jefkins 1996: 9)

Menurut Sukatendel (Ardianto, 2009: 3) menyebutkan bahwa Humas adalah metode komunikasi untuk menciptakan citra positif dari mitra organisasi atas dasar menghormati kepentingan bersama. Konsep Humas menurut Ardianto adalah sebagai jembatan antara perusahaan atau organisasi dengan publiknya, terutama tercapainya *mutual understanding* (saling pengertian) antara perusahaan dengan publiknya.

Tujuan utama Humas menurut kamus *Institute of Public Relations* adalah menciptakan dan memelihara saling pengertian. Maksudnya adalah memastikan bahwa organisasi tersebut senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak lain yang turut berkepentingan. Organisasi juga harus memahami setiap kelompok atau individu yang terlibat dengannya.

Cutlip, Center, & Broom mendefinisikan *Public Relations*/Humas adalah fungsi manajemen yang mengidentifikasi, membangun, dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan berbagai publik yang menjadi penentu kesuksesan dan kegagalannya. (Keith Butterick, 2012: 08).

Pengertian lain menurut organisasi *Public Relations* yaitu *Public Relations Society of America* (PRSA) yaitu :

“Public Relations membantu suatu organisasi dan publiknya untuk beradaptasi satu sama lain. Public Relations adalah upaya organisasi untuk meraih kerja sama dengan sekelompok orang. Public Relations membantu organisasi berinteraksi dan berkomunikasi secara efektif dengan publik utama mereka.” (www.prsa.org).

Dapat disimpulkan bahwa hubungan masyarakat (Humas) merupakan fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap masyarakat, mengenali kebijakan dan prosedur individu atau organisasi untuk kepentingan perusahaan dan publik dan merencanakan serta melaksanakan program tindakan untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik sehingga terbentuk hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan publik (masyarakat).

b. Fungsi dan Peran Humas

Secara garis besar fungsi dari Humas adalah menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen pada suatu lembaga dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi.

Effendy dalam Ruslan (2005: 9) menyebutkan bahwa fungsi *public relations officer* ketika menjalankan tugas dan operasionalnya baik sebagai komunikator, dan mediator maupun organisator adalah :

- 1) Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi,
- 2) Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik intern atau ekstern.
- 3) Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi
- 4) Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.
- 5) Operasionalisasi dan organisasi *public relations* adalah bagaimana membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya, untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang ditimbulkan dari pihak organisasi maupun dari pihak publiknya.

Renald Kasali dalam Ruslan (2005: 11) Fungsi manajemen dalam konsep Humas bertujuan menciptakan dan mengembangkan persepsi terbaik bagi suatu lembaga, organisasi, perusahaan atau produknya terhadap segmen masyarakat, yang kegiatannya langsung atau tidak langsung mempunyai dampak bagi masa depan organisasi, lembaga, perusahaan, atau produknya.

Dalam buku *Public Relations Profesi dan Praktik* (2010 : 62) Glen Broom dan David Daozier telah mengkaji peran *public relations* selama lebih dari 20 tahun. Dalam riset tentang aktivitas *public relations* ada dua peran besar yang secara konsisten muncul dalam kegiatan *public relations*, peran sebagai teknisi dan manajer. Peran sebagai teknisi mewakili sisi seni dari *public relations*, menulis, mengedit mengambil foto, menangani produksi komunikasi, membuat *Event* spesial dan melakukan kontak telepon dengan media. Kegiatan ini menitikberatkan pada implementasi strategi komunikasi menyeluruh manajemen. Peran sebagai manajer berfokus pada kegiatan yang membantu organisasi dalam mengidentifikasi dan memecahkan masalah terkait *public relations*. Manajer PR memberi saran kepada manajer senior tentang kebutuhan komunikasi dan bertanggung jawab dengan pencapaian organisasi dalam skala luas. Manajer *public relations* melaksanakan tiga peran berikut :

- 1) Sebagai Pemberi penjelasan : orang yang bekerja sebagai konsultan untuk mendefinisikan masalah, menyarankan pilihan, dan memantau implementasi kebijakan.
- 2) Sebagai Fasilitator komunikasi : orang berada pada batas antara organisasi dengan lingkungannya yang menjaga agar komunikasi dua arah tetap berlangsung.
- 3) Sebagai fasilitator pemecahan masalah : orang yang bermitra dengan manajer senior untuk mengidentifikasi dan memecahkan masalah.

c. Tugas Humas Dinas Pemerintahan

Tugas Humas Dinas Pemerintahan, pada umumnya Humas dinas pemerintahan senantiasa mengandung dua maksud, yaitu:

- Memberi penerangan (informasi) kepada masyarakat tentang tujuan-tujuan pemerintah, dan service apa saja yang dapat diberikan olehnya.
- Menanam kepercayaan di dalam hati sanubari rakyat akan kecakapan, kejujuran dan pengabdian aparatur dinas pemerintahan yang bersangkutan. (Bambang Siswanto, 1992: 51).

3. Strategi Humas

Peranan Humas atau *Public Relation* (PR) dalam perusahaan/organisasi cukup menonjol dalam pengambilan keputusan. Seringkali manajer Humas sebagai jembatan antara public dengan *top management*. Humas sebagai *interpreter* (penerjemah) manajemen, dimana PR harus mengetahui apa yang manajemen pikirkan setiap saat terhadap setiap isu publik yang sedang hangat.

Belakangan ini Prof. James Grunig dan Told Hunt mengembangkan kerangka teori PR. Dimana Grunig dan Told menyarankan agar para manajer PR bertindak berdasarkan apa yang disebut teoritis organisasional suatu *boundary role* (memainkan peran diperbatasan), mereka berfungsi ditepi suatu perusahaan/organisasi sebagai penghubung antara perusahaan dengan publiknya internal dan eksternal. Ibaratnya para manajer meletakkan satu kakinya di dalam perusahaan dan satu kakinya diluar perusahaan.

Sebagai *boundary role* orang-orang PR mendukung kolega mereka dengan sokongan komunikasi mereka yang lintas organisasional ke dalam maupun keluar perusahaan/organisasi. (Soemirat, dkk 2010: 87)

Sebagai salah satu fungsi strategis dalam manajemen, sedikitnya ada tiga fungsi Humas yang harus dipahami praktisi Humas. *Pertama*, praktisi Humas menarik dan menilai kesimpulan atas opini, sikap serta aspirasi dari berbagai kelompok masyarakat baik internal maupun eksternal yang terkena dampak kegiatan institusi. *Kedua*, mengajukan saran atau usul kebijakan atau etika perilaku tertentu yang sekiranya dapat menselaraskan kepentingan klien dengan kelompok masyarakat tertentu. *Ketiga* merencanakan serta melaksanakan rencana jangka pendek, menengah, dan panjang untuk menciptakan dan sekaligus meningkatkan pengertian dan pemahaman terhadap objek kegiatan, metode, dan masalah yang dihadapi. (Anggoro, 2008:277).

a. Tahapan Proses Manajemen

Terdapat empat tahap yang Humas lakukan dalam strategi Humas menurut Cutlip and Center yaitu : Mengetahui, permasalahan, perencanaan, mengambil tindakan dan komunikasi, serta mengevaluasi program (Ruslan, 2013: 46).

1) *Research and Listening* (Riset dan Memperhatikan)

Merupakan tahapan yang bertujuan untuk menemukan fakta (*Fact Finding*) di lapangan atau suatu hal yang berkaitan dari opini, sikap, reaksi publik dengan kebijakan pihak organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Kemudian melakukan penilaian fakta, data, dan informasi yang telah diperoleh sebagai acuan pedoman untuk menentukan keputusan. Pada tahap ini pejabat Humas harus mampu untuk “mendengar dan menemukan” fakta dilapangan yang ada didalam masyarakat (publik) dan berkaitan langsung dengan kepentingan organisasi atau perusahaan. Upaya untuk menjawab suatu pertanyaan *what's our problem ?* (apa yang menjadi permasalahan kita?), dan merupakan tahap analisis situasi.

2) *Planning and Decision* (Perencanaan dan Pengambilan keputusan)

Merupakan kegiatan yang menitik beratkan kepada usaha perencanaan dan upaya pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kebijaksanaan dan menetapkan program kerja organisasi atau perusahaan yang sejalan dengan kepentingan publik sebagai khalayak sasaran yang memiliki sikap, opini, ide-ide, dan reaksi tertentu terhadap kebijaksanaan (keputusan) yang telah ditetapkan oleh pihak organisasi. Untuk menjawab pertanyaan *Here's what se can do?* (apa yang mesti kita kerjakan?), adalah langkah-langkah berbentuk perencanaan dan program kerja Humas.

3) *Communications and Action* (Komunikasi dan Tindakan)

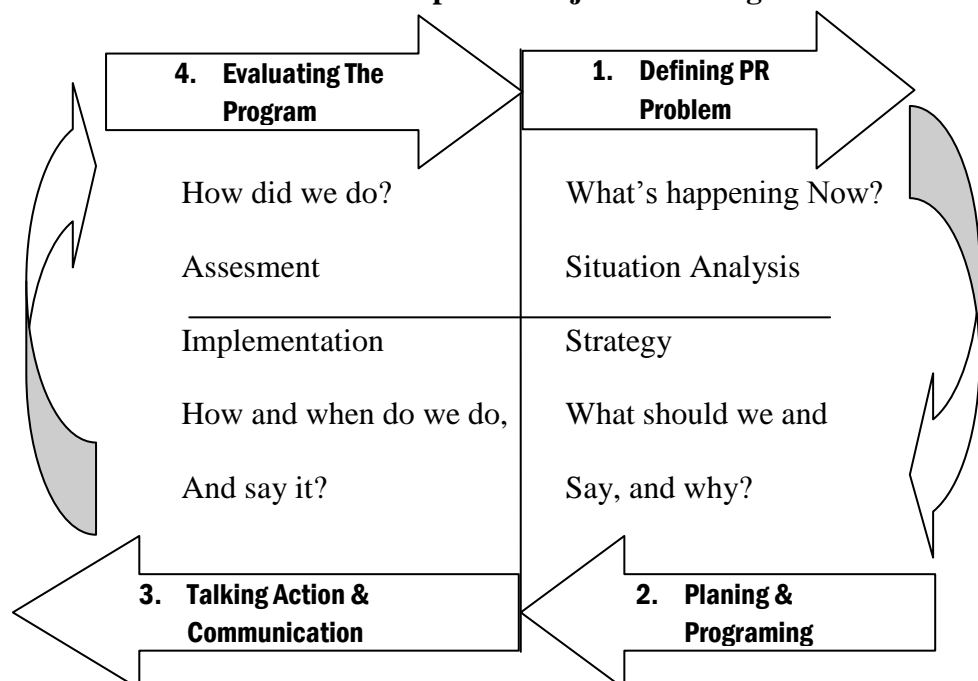
Dalam tahap ini Humas/PR hanya mengacu pada program yang telah dibuat dan disepakati oleh pihak-pihak yang terkait dalam organisasi.

Pada tahap ini diperlukan perencanaan yang matang berdasarkan data dan fakta yang ada, sehingga menimbulkan pesan-pesan yang efektif untuk mempengaruhi opini publik atau pihak lain yang dianggap penting, berpotensi dalam upaya mendukung penuh, dan sebagai upaya untuk menjawab pertanyaan *Here's what we did and why?* (Apa yang telah kita lakukan dan mengapa begitu?)

4) Evaluasi (*evaluation*)

Dalam tahap ini Humas melakukan evaluasi dengan mengukur sejauh mana program tersebut berhasil. Kemudian Humas melakukan perbaikan, pembaharuan serta membuat batasan waktu yang jelas. Tahap ini adalah penilaian terhadap hasil-hasil dari riset hingga perencanaan program kerja aktivitas Humas, serta efektivitas dari proses manajemen dalam bentuk atau model komunikasi yang dipergunakan, sebagai upaya menjawab pertanyaan *how did we do?* (Bagaimana kita telah melakukannya?)

Gambar 1
Tahapan Manajemen Strategi



Setiap tahapan menurut Cutlip, Center, and Broom, bahwa dari proses PR diatas, adalah sama pentingnya dan efektivitasnya dalam riset PR yang berkaitan dengan strategi program kerja PR yang dapat diformatkan dalam langkah-langkah : *pertama*, yaitu mendefinisikan permasalahan melalui analisis situasi. Apa yang sedang terjadi sekarang ini? Langkah *kedua*, dituangkan suatu strategi perencanaan dan program kerja. Apa yang harus dilakukan?, mengatakan apa dan mengapa dilakukan itu? *Ketiga*, dilanjutkan kelangkah implementasi dan komunikasi. Bagaimana dan kapan akan kita kerjakan?, lalu menjelaskan bagaimana? Langkah *Keempat*, merupakan suatu evaluasi (penafsiran) dari program kerja PR. Kemudian bagaimana kita kerjakan?

Keempat langkah tadi harus berjalan 'seirama dan harmonis' antara tahapan-tahapan satu sama lainnya dan saling terkait. Jika terjadi hambatan karena tidak sinkron atau salah mengaplikasikan, maka jelas bahwa nanti hasil kegiatan, pelaksanaan program kerja PR hingga penilaian hasilnya tidak signifikan untuk mengambil keputusan secara tepat dan benar.

b. Strategi Internal dan Eksternal

Strategi internal dan eksternal ini dilakukan dengan menjaga hubungan dengan publik internal dan eksternal melalui kegiatan kegiatan yang positif.

1) Hubungan dengan publik internal

a) Hubungan dengan karyawan (*employee*)

Menurut Archibald Williams dalam Onong (2002: 108) hubungan dengan karyawan merupakan suatu kekuatan yang hidup dan dinamis, dibangun dan diruntuhkan dalam hubungan dengan perseorangan sehari-hari, terbiana dibelakang bangku kerja, mesin, dan meja tulis.

Dimana pada dasarnya, hubungan dengan karyawan meliputi motivasi orang-orang dan amat dipengaruhi oleh asas-asas sifat tabiat manusia dan hubungan yang bersifat manusia. Jadi komunikasi yang dilakukan oleh pihak Humas dengan karyawan sangat penting. Komunikasi dengan karyawan hendaknya bersifat *interpersonal-face-to-face-persuasive communication*, yaitu komunikasi antarpersona secara tatap muka yang mengandung ajakan. Ada empat kebutuhan yang harus diperoleh karyawan dalam suatu perusahaan menurut Abraham Maslow yaitu kebutuhan akan fisiologis (*physical needs*), keamanan (*safety needs*), cinta (*love needs*), penghargaan (*esteem needs*) dan kebutuhan mewujudkan sendiri (*self-actualization needs*).

Komunikasi dapat dilakukan pihak Humas baik secara lisan maupun melalui media dan dapat pula dilaksanakan secara formal maupun tak formal yang kesemuanya berlangsung secara timbal balik. Dengan kemampuan ketrampilan komunikasi yang baik pihak Humas menjadi mediator untuk menyalurkan perasaan para karyawan kepada pimpinan, dan disisi lain pihak Humas menjadi motivator untuk membangkitkan daya juang untuk berpartisipasi.

b) Hubungan dengan pemegang saham

Kegiatan komunikasi Humas yang bisa dilakukan dalam rangka pembinaan hubungan dengan pemegang saham adalah :

- (1) Menyatakan selamat kepada pemegang saham baru, dengan demikian pemegang saham yang baru merasa adanya keterikatan (*sense of belonging*), merasa dihargai dan dihormati.
- (2) Mengirimkan berkala organisasi, dengan cara menerbitkan dan mengirimkan berkala dalam bentuk buletin, lembaran, ataupun majalah. Dengan tujuan agar pemegang saham mengetahui situasi dan perkembangan perusahaan yang dimasukinya.
- (3) Menyampaikan laporan tahunan, atau sering disebut dengan istilah *annual report* disampaikan oleh pihak Humas kepada para pemegang saham mengenai kegiatan perusahaan secara umum mengenai semua aspek dalam kehidupan masyarakat. Onong (2002: 110)

2) Hubungan dengan publik eksternal

Publik eksternal sebagai sasaran kegiatan Humas terdiri dari orang-orang atau masyarakat diluar organisasi atau perusahaan, baik itu ada kaitannya dengan organisasi maupun diharapkan atau diduga ada kaitannya maupun tidak.

- a) Membina hubungan dengan pelanggan (*customer relations*)
Menurut Onong U. Effendy (2002: 112) bagi perusahaan, pelanggan merupakan aset yang penting, sebab maju mundurnya perusahaan suatu perusahaan ditentukan oleh pelanggan. Sangat beruntung jika sebuah perusahaan mempunyai pelanggan tetap dan perusahaan wajib mempertahankannya. Disisi lain pihak perusahaan juga harus berusaha mendapatkan konsumen baru untuk kemudian digerakkan menjadi pelanggannya. Inilah tugas pihak Humas untuk selalu menjaga komunikasi dengan baik melalui media massa atau dengan bentuk komunikasi lainnya. Dengan adanya komunikasi yang baik tersebut diharapkan dapat menggiring opini publik. Untuk

mendapatkan perhatian dari publik Humas bisa melakukan kegiatan-kegiatan propaganda seperti melakukan promosi akan produknya, beriklan di halaman surat kabar atau majalah.

- b) Membina hubungan dengan komunitas (*community relations*).
- c) Membina hubungan dengan pemerintah.

Ada dua jenis kegiatan dalam pelaksanaan hubungan dengan pemerintah, di antaranya adalah :

(1) Menguasai peraturan-peraturan pemerintah

Menurut Onong dalam bukunya Hubungan masyarakat suatu studi komunikologis , (2001: 117) suatu organisasi yang bergerak dalam bidang apapun merupakan subsistem dari sistem pemerintahan suatu negara tempat ia beroperasi. Sebagai subsistem suatu organisasi harus menyesuaikan diri kepada sistem. Oleh karena itu pihak Humas perlu untuk menangani hal tersebut secara khusus karena data seerti itu dikompilasi secara sinambung dan disusun sekedemikian rupa sehingga apabila pimpinan organisasi membutuhkannya dapat dilayani secara cepat dan tepat.

(2) Membina hubungan dengan instansi pemerintah

Membina hubungan dengan instansi pemerintah dimaksudkan adalah mengakrabkan diri dengan pimpinan instansi pemerintah setempat, setidaknya dengan Humas instansi yang bersangkutan. Tujuannya adalah untuk melancarkan hubungan kerjasama, memperlicin permohonan apabila suatu waktu diajukan, dan mempermudah pemecahan masalah jika suatu saat terjadi salah pengertian. (Onong, 2002: 118)

(3) Membina hubungan dengan media massa atau pers

Membina hubungan dengan pers yaitu membina hubungan baik dengan kalangan pers yang mengelola media cetak (Surat kabar/majalah) dan media elektronik (tv/radio).

Menurut Soemirat dan Aldinero dalam bukunya Dasar-Dasar Public Relations (2010: 123) pihak Humas tidak hanya mengandalkan media internal atau

semi eksternal (*house jurnal*) yang dimilikinya, tetapi juga memerlukan media massa untuk mempublikasikan berbagai kegiatan perusahaan/organisasi. Dengan adanya hubungan yang baik dengan pihak media, pihak Humas tidak akan membuat kesulitan dalam menyebarkan informasi melalui media massa.

(4) Corporate Social Responsibility

Dalam buku *Public Relations Praktis* Elvinaro Ardianto (2009: 265) menjelaskan CSR merupakan aksi kemanusiaan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dapat meningkatkan hubungan perusahaan dengan para tetangga dalam komunitas perusahaan/lembaga.

Suatu perusahaan/lembaga mempunyai kewajiban sosial sebagai warga perusahaan untuk membantu organisasi kesehatan, kesejahteraan, pendidikan, kemasyarakatan, dan kebudayaan di daerah perusahaan tersebut dalam melakukan aktivitasnya. Tanggung jawab sosial yang diberikan sebuah perusahaan terhadap komunitas sekitarnya lebih banyak bersifat *charity*. Kewajiban sosial terhadap komunitasnya ini merupakan sebagai sesuatu yang berdiri sejajar dan saling membutuhkan. Dapat disimpulkan bahwa kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) merupakan aksi kemanusiaan atau kegiatan sosial yang seharusnya dilakukan perusahaan sebagai bentuk respon sosial terhadap kesejahteraan publik eksternal. Ada beragam kegiatan CSR, misalnya bakti sosial, memberikan beasiswa, memberikan fasilitas kesehatan, membantu menyediakan fasilitas umum dan masih banyak lagi.

4. Media Relations

a. Humas dan Pers

Salah satu kegiatan Humas untuk terus mempertahankan eksistensinya adalah membina hubungan pers yang baik. Era modern yang berkembang dengan pesat menuntut pula seorang Humas untuk lebih proaktif dalam membangun sebuah relasi yang baik dengan beberapa pihak media.

Dalam upaya meraih dukungan publik, Humas perlu bekerja keras dengan mencari dan memberi informasi kepada masyarakat, agar perusahaan mereka tumbuh subur, karena kepercayaan dan sokongan publiklah perusahaan tersebut tetap berjalan.

Penting sekali dalam sebuah kegiatan Humas menjalin hubungan pers atau *media relations* yang baik dengan para pemimpin dan wartawan media cetak, elektronik, dan media online.

Jefkins memberi batasan bahwa adalah untuk menciptakan pengertian dimata publik.

Definitions of public relations. The rule of press relations is to achieve maximum publication or broadcasting of PR information in order to create knowledge and understanding. (Soemirat, dkk, 2010: 122).

Batasan Jefkins mengenai peranan pers adalah untuk memperoleh pemuatan atau penyiaran secara maksimal tentang informasi Humas yang

disampaikan untuk memberikan pengetahuan dan menciptakan pengertian publiknya.

Menurut Soemirat, dkk (2010: 122), Hubungan *Public Relations Officer* (PRO) dan pers tidak berarti harus memberikan semua informasinya kepada masyarakat. Misalnya berita-berita yang sebenarnya tidak layak muat dalam pemuatannya akan membohongi pembaca. Baik pers atau PRO harus mengedepankan proporsional dalam pemuatan dan penyiaran berita. Dalam artian pers meyiarkan berita untuk kepentingan pembacanya, bukan juru bicara dari PRO. Begitu sebaliknya PRO tidak memaksakan kehendak agar setiap informasi Humas harus selalu dimuat atau disiarkan, kendati sebenarnya tidak layak menjadi berita.

Humas dan pers adalah dua profesi yang tidak dapat dipisahkan semacam simbiosis mutualisme. Keduanya saling membutuhkan. Humas sebagai sumber berita bagi pers dan pers sebagai sarana publisitas bagi Humas.

Alasan penting Humas harus membina hubungan yang baik dengan pers adalah agar Humas tidak menemui kesulitan saat akan menyampaikan informasi atau membantah/menetralsir berita yang dimuat media massa, dan sebaliknya agar Humas mudah dibungi oleh pihak pers.

Jefkins mengemukakan beberapa prinsip umum untuk dipegang dalam membina hubungan baik dengan pers, yaitu sebagai berikut :

- 1) *By servicing the media*, yaitu memberikan pelayanan kepada media. Dengan cara Humas mampu menciptakan kerjasama dengan media.

- 2) *By establishing a reputations for reliability*, yaitu menegakkan suatu reputasi agar dapat dipercaya. Misalnya Humas selalu menyiapkan informasi dan data-data yang akurat di mana dan kapan saja ketika diminta. Sehingga wartawan mendapat informasi yang akurat dan hubungan timbal balik terjalin semakin erat.
- 3) *By Suplying good copy*, memasok naskah informasi yang baik, Misal melalui *news release* yang baik sehingga wartawan hanya sedikit melakukan penyuntingan.
- 4) *By cooperations in providing material*, yaitu melakukan kerjasama yang baik dalam menyediakan bahan informasi.
- 5) *By providing verification facilities*, yaitu penyediaan fasilitas yang memadai, seperti memberikan fasilitas yang dibutuhkan wartawan sewaktu menggali berita.
- 6) *By building personal relationship with the media*, yaitu membangun hubungan secara personal dengan baik Hal ini yang mendasari keterbukaan dan saling menghormati profesi masing-masing. (Soemirat, dkk, 2010: 124)

Namun terkadang apa yang diinginkan Humas tidak sinkron dalam pemuatan dan penyiaran suatu informasi. Karena itu Humas harus mengetahui situasi bahwa media bisa saja menyampaikan *bad news* (berita negatif/buruk) yang dianggap memiliki nilai berita tinggi.

Menurut Edward Depari (Soemirat, dkk 2010: 125) baik Humas dan pers sama-sama bergerak dibidang bisnis komunikasi. Keduanya mempunyai kepentingan dan kepedulian yang sama terhadap informasi. Aktivitas Humas dan pers didasarkan pada prnsip yang sama yaitu sebagai mediator yang menjembatani kepentingan pihak yang saling berinteraksi.

Dalam operasionalnya Humas dan pers senantiasa mempunyai harapan menjaga dan mengembangkan citra yang baik. Keduanya harus menyadari benar bahwa citra yang baik sangat tergantung dengan kredibilitas masing-masing sebagai sumber informasi.

b. Berita Humas

Sebuah siaran berita yang baik harus menyajikan suatu kisah yang sama bermutunya dengan yang biasa ditulis oleh para jurnalis. Praktisi Humas hendaknya selalu memeriksa kelayakan berita dari suatu siaran berita, artikel, atau gambar-gambar yang akan dipublikasikan sebelum diserahkan ke media massa. Informasi yang dipublikasikan harus jelas dan sesuai dengan kenyataan yang ada, serta menaati kaidah penulisan yang baik. (Anggoro, 2008: 158)

c. Bentuk Kegiatan Humas dengan Pers

Untuk menumbuhkan kerjasama yang baik, ada beberapa kegiatan yang sering dilakukan oleh praktisi Humas (Soemirat, dkk, 2010: 128), yaitu sebagai berikut :

- 1) *Konferensi Pers*, yaitu acara khusus yang dibuat sebagai sarana untuk mengumumkan atau menjelaskan kebijaksanaan perusahaan. Bagi seorang Humas Konferensi Pers sangat efektif untuk mengklarifikasi krisis atau isu yang terjadi dalam organisasi tersebut. Metode Konferensi Pers menguntungkan bagi kedua belah pihak, bagi Humas dapat disalurkan informasi atau pesan, sedangkan bagi jurnalis dapat bahan pemberitaan dengan mudah. Elvinaro menambahkan sasaran pertemuan ini diharapkan dapat dimuat media massa.
- 2) *Press Breafing*, diseleggarakan secara regular oleh seorang pejabat Humas.
- 3) *Pers Release*, siaran pers sebagai publisitas yaituteks berita yang dibuat oleh praktisi Humas mengenai isu atau

pengenalan produk dan sosialisasi kebijakan kepada jurnalis dengan harapan akan dimuat dalam media massa.

- 4) *Special Event*, yaitu peristiwa khusus sebagai suatu kegiatan Humas yang penting dan memuaskan banyak orang dalam suatu kesempatan. Dalam menyelenggarakan *special Event*, Humas harus menarik perhatian publik terhadap perusahaan. Dalam hal ini Humas mempunyai kesempatan untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), kesadaran (*awareness*), upaya pemenuhan selera (*pleasure*), dan menarik simpati atau empati, sehingga menumbuhkan pengertian yang baik bagi kedua belah pihak. Kegiatan ini dapat menciptakan citra positif dari publik. (Ruslan dalam Elvinaro, 2009: 103).
- 5) *Wawancara pers*, Sifatnya lebih pribadi dan individual. Humas atau Top manajemen yang diwawancarai hanya berhadapan dengan wartawan yang bersangkutan.
- 6) *Press Lunch*, yaitu pejabat Humas mengadakan jamuan makan siang bagi para wakil media massa, sehingga setiap kesempatan pihak pers dapat bertemu dengan lembaga guna mendengarkan perkembangan perusahaan.

5. Teori Management Krisis

Peran praktisi Humas ketika kondisi perusahaan sedang menurun, Kebanyakan praktisi Humas tidak tahu harus berbuat apa karena pimpinan puncak sulit ditemui dan berita di Surat kabar ternyata lebih cepat beredar

di masyarakat dari pada sampai di meja praktisi Humas. Sering dijumpai bahwa praktisi Humas mengetahui permasalahan aktual justru dari surat kabar. *Keep in touch!* Jangan terlalu jauh dari permasalahan dan *key person*. Inilah kunci pekerjaan Humas. Hanya dengan mengetahui permasalahan secara jelas, seorang praktisi Humas dapat melaksanakan pekerjaannya dengan baik dan situasi tidak menjadi semakin buruk (Soleh Soemirat, 2012: 183).

Dengan Tidak adanya Humas atau Humas dianggap masih tidak diperlukan

1. Besar kemungkinan perusahaan akan memasuki tahap krisis karena pendiri kurang mempunyai keterampilan atau perhatian pada manajemen.
2. Jika perusahaan ingin tetap tumbuh, ada kemungkinan timbul guncangan (mulai dari kecil hingga sedang). Pada masa ini, perusahaan membutuhkan bantuan manajer profesional yang tangguh, yang berani mengerem langkah-langkah pemilik yang terlalu maju.
3. Selain itu manajer profesional akan menerapkan konsep-konsep manajemen seperti anggaran, *objective*, strategi, dan sebagainya. Apabila dalam sebuah perusahaan belum ada besar kemungkinan akan mengalami krisis yang besar akan tergeser oleh perusahaan yang memiliki strategi management yang bagus.
4. Upaya penyelamatan yang berhasil akan mengubah arah perusahaan dari garis menurun menjadi kembali mendatar dan naik (garis "langkah revitalisasi berhasil"). Perlu diketahui bahwa menurunnya perusahaan tidaklah berarti pekerjaan Humas gagal. Namun perlu disadari pula bahwa Humas dapat berbuat banyak di sini sepanjang peranannya diakui oleh pimpinan puncak. Pada beberapa lembaga kepercayaan masyarakat (misalnya bank), Humas telah banyak membuktikan bahwa tindakan yang tepat mampu mencegah terjadinya rush (serbuan para deposan untuk menarik tabungannya). Ini berarti Humas turut membantu mengukuhkan kepercayaan masyarakat terhadap bank tersebut.
5. Mengatasi isu dengan menggunakan pengukuhan pihak ketiga hanya akan berjalan dengan baik sepanjang perusahaan mempunyai reputasi yang baik. Adalah Salah bila beranggapan bahwa Humas dapat menggunakan pihak ketiga untuk

mengambil keuntungan dari potensi kerugian masyarakat. Jika sebuah bank dilanda isu kesulitan likuiditas dan terjadi rush. (Soleh Soemirat, 2012: 184).

6. Teori Kepemimpinan

Teori kepemimpinan merupakan penggeneralisasian suatu seri perilaku pemimpin dan konsep-konsep kepemimpinannya, dengan menonjolkan latar belakang historis, sebab-sebab timbulnya kepemimpinan, persyaratan pemimpin, sifat utama pemimpin, tugas pokok dan fungsinya serta etika profesi kepemimpinan (Kartini Kartono, 1994: 27).

Kegiatan manusia secara bersama-sama selalu membutuhkan kepemimpinan. Untuk berbagai usaha dan kegiatannya diperlukan upaya yang terencana dan sistematis dalam melatih dan mempersiapkan pemimpin baru. Oleh karena itu, banyak studi dan penelitian dilakukan orang untuk mempelajari masalah pemimpin dan kepemimpinan yang menghasilkan berbagai teori tentang kepemimpinan.

- **Kepemimpinan Dalam Islam**

Hakekat kepemimpinan dalam pandangan Islam adalah Amanah yang harus dijalankan dengan baik dan dipertanggungjawabkan bukan saja didunia tapi juga dihadapan Allah nanti di akhirat. Pemimpin diperlukan syarat-syarat tertentu untuk merealisasikan tugas dan fungsinya diantaranya :

1. Memiliki integritas moral yang tinggi (*amanah, shiddiq, adil sabar*)
2. Memiliki kecerdasan intelektual (*fathanah, basthatan fil ilmi*)
3. Komunikatif dan interaktif dengan sesama (*tabligh*)
4. Memiliki kecerdasan emosional dan kepekaan sosial (*azizun aaihi maa'anittum, harisun alaikum, ro'uf rahiem*)
5. Berpenampilan sempurna secara fisik (*basthatan fil jismi*)
6. Memiliki keberanian dan tanggungjawab (*syaja'ah dan sahamah*)
7. Ditempa dan dilatih dengan pengalaman hidup yang panjang (*tarbiyah dan tajribah' Aridhah*). (Sanihyah, 2002: 122).

7. Teori Citra

a. Pengertian Citra

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) citra adalah : 1) Kata Benda berupa gambar, rupa, gambaran: 2) Gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk: 3) Kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi.

Menurut Jefkins (Soemirat, dkk, 2010: 114) menyimpulkan secara umum bahwa citra adalah kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta-fakta atau kenyataan.

Citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan seseorang, suatu komite, atau aktivitas. Setiap perusahaan pasti mempunyai citra, citra perusahaan bagaimana orang lain memandang perusahaan.

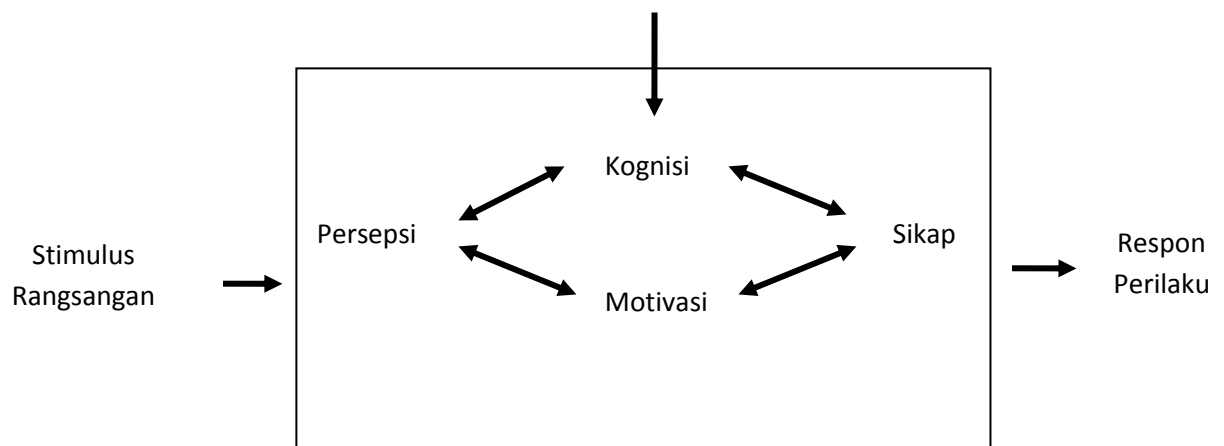
Ardianto (2009:132) dalam bukunya *Public Relations Praktis* mengemukakan landasan citra berakar dari nilai kepercayaan yang konkretnya merupakan persepsi individu atau masyarakat yang akan mengalami proses, yang cepat atau lambat

membentuk suatu opini publik yang lebih abstrak dan luas. Inilah yang sering dinamakan citra (*image*).

Ardianto menambahkan apabila perusahaan tengah mengalami krisis kepercayaan dari publiknya akan membawa dampak terhadap citranya, bahkan akan terjadi penurunan citra dan dampak yang paling akut adalah kehilangan citra (*lost of image*).

b. Proses Pembentukan Citra

Citra terbentuk berdasarkan informasi-informasi dan pengetahuan yang diterima seseorang. Proses pembentukan citra dalam struktur kognitif yang sesuai dengan pengertian sistem komunikasi dijelaskan oleh John S. Nimpeono dalam laporan penelitian tentang Tingkah Laku Konsumen, sebagai berikut :



Gambar 2

Model pembentukan citra pengalaman mengenai stimulus

Humas digambarkan sebagai input-output, proses *intern* dalam model ini adalah pembentukan citra, sedangkan input adalah stimulus yang diberikan dan output adalah tanggapan atau perilaku tertentu. Citra

digambarkan melalui persepsi-kognisi-motivasi-sikap. (Soemirat, dkk, 2010: 115).

Model pembentukan citra menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar di organisasikan dan mempengaruhi respon. Stimulus atau rangsang yang diberikan kepada individu dapat diterima atau ditolak. Apabila rangsang ditolak maka proses selanjutnya tidak akan berjalan, hal ini menunjukkan bahwa rangsang tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi individu karena tidak ada perhatian dari individu tersebut. Sebaliknya jika rangsang diterima oleh individu berarti terdapat komunikasi dan terdapat perhatian dari organisme, dengan demikian proses selanjutnya dapat berjalan.

Dari persepsi maka kemudian terjadi proses pembentukan citra. Persepsi atau pandangan individu akan positif apabila informasi yang diberikan oleh rangsang dapat memenuhi kognisi individu.

Akhir dari proses pembentukan citra akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku tertentu.

a. Jenis-jenis Citra

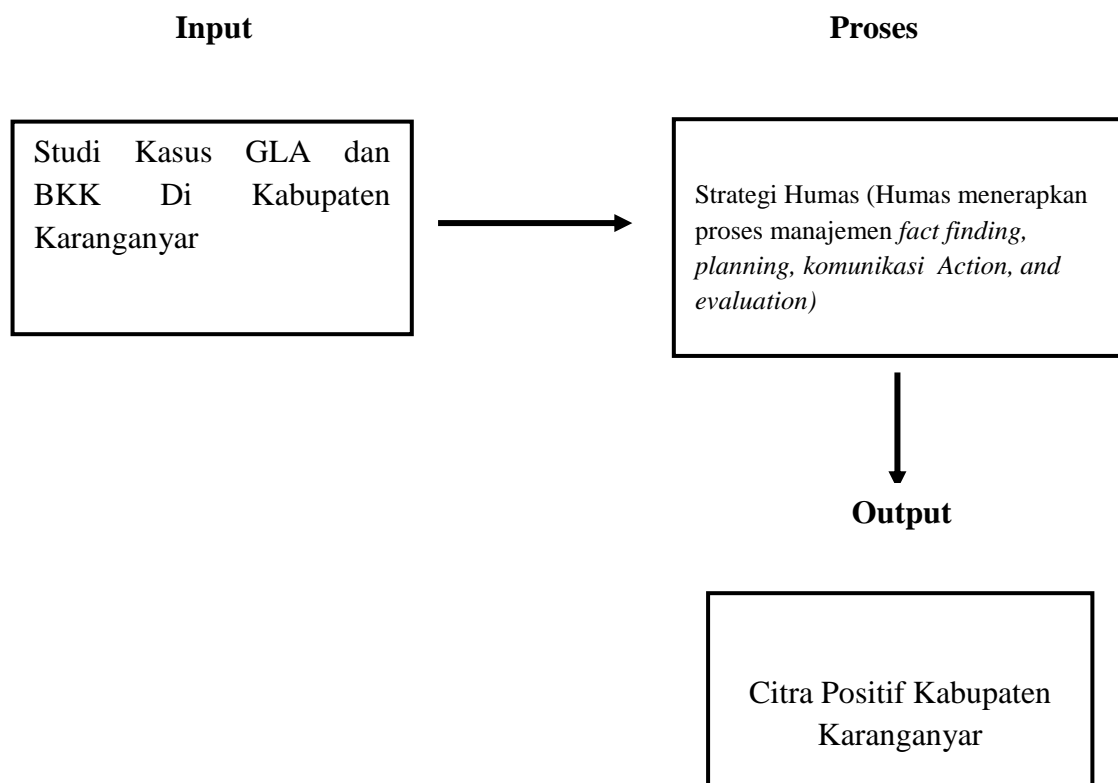
Menurut Frank Jefkins dalam buku *Dasar-Dasar Public Relations* menyebutkan ada empat jenis, yaitu :

- 1) *The mirror image* (citra bayangan) yaitu citra yang berasal dari publik eksternal. Bagaimana dugaan (citra) manajemen terhadap publik eksternal dalam melihat perusahaannya.
- 2) *The current image* (Citra yang masih hangat), yaitu citra yang terdapat pada publik eksternal, yang berdasarkan pengalaman atau menyangkut miskinnya informasi dan pemahaman publik eksternal. Citra ini sangat bertentangan dengan *mirror image*.
- 3) *The wish image* (Citra harapan), yaitu manajemen menginginkan pencapaian prestasi tertentu. Citra ini diaplikasikan untuk sesuatu yang baru sebelum publik eksternal memperoleh informasi secara lengkap. Citra ini berkonotosi

lebih baik dari citra sebelumnya. Menurut Linggar Anggoro (2008:61) citra harapan biasanya dirumuskan dan diperjuangkan untuk menyambut sesuatu yang relatif baru, yakni ketika khalayak belum memiliki informasi yang memadai.

- 4) *The multiple image* (Citra yang berlapis) sejumlah individu, kantor cabang atau perwakilan perusahaan lainnya dapat membentuk citra tertentu yang belum tentu sesuai dengan keseragaman citra seluruh organisasi atau perusahaan.

B. Kerangka Berfikir



Gambar 3

Bagan Proses Pendekatan Manajerial Humas

Pada bagan tersebut yang merupakan sasaran input adalah mengidentifikasi masalah-masalah yang timbul di Kabupaten Karanganyar. Mulai dengan mengetahui penyebab masalah, efek yang

ditimbulkan dari masalah kasus Rina Iriani hingga dampak yang diterima oleh Kabupaten Karanganyar dan publik dari peristiwa tersebut. Langkah kedua dari bagan tersebut adalah proses, di sinilah peran Humas serta strategi yang dilakukan untuk meredam masalah agar masalah tidak semakin luas. Setelah strategi dijalankan maka akan ada hasil yang dicapai (*output*). *Output* yang dihasilkan dari proses sebelumnya adalah citra. Citra yang diharapkan minimal tetap baik dimata masyarakat atau bisa jadi meningkat dari sebelumnya.

C. Telaah Pustaka

Strategi Humas dalam upaya mengembalikan citra positif berdasarkan temuan terdahulu :

1. Skripsi Media Relation pemerintahan kota Surakarta dalam mempertahankan citra positif pemerintahan (Deskriptif Kualitatif Aktivitas Media Relations Humas Pemerintahan Kota Surakarta Pasca Transisi Jokowi Kepada Fx Rudi Hadiyatmo 2014)

Skripsi Violitasari program study Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta program Sarjana 2015 dalam Salah satu keunggulan media massa adalah dapat menjangkau masyarakat secara luas. Melalui pemberitaannya, media massa mampu mendorong masyarakat untuk membentuk sebuah citra positif atau negatif terhadap seseorang, lembaga dan perusahaan. Sehingga banyak praktisi

Humas yang menjalin hubungan baik dengan media massa sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan publiknya. Pada kepemimpinan Jokowi, Kota Surakarta banyak mengalami perubahan. Dengan program kerja yang berkualitas, kota Surakarta pun mendapatkan banyak penghargaan. Kota Surakarta semakin dikenal oleh masyarakat luas. Tentunya hal ini tidak lepas dengan peranan Humas sebagai gerbang informasi pemerintahan kota Surakarta yang terbuka dan berbagi informasi kepada media massa. Pada penelitian ini penulis ingin mengetahui aktivitas Media Relations Humas dan Protokol Pemerintahan Kota Surakarta Dalam Mempertahankan Citra Positif Pemerintahan Pasca Pergantian Kepemimpinan Jokowi kepada FX Rudi Hadiatmo Tahun 2014.

2. **Skripsi dari Lowina Mindasari Br. Ginting Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta 2013 dalam skripsi yang berjudul Strategi Public Relatiom Pemerintahan Daerah Kabupaten Karo dalam Membentuk Citra Positif.**

Pemerintah Daerah Kabupaten karo membutuhkan citra positif untuk dapat lebih diterima, diyakini dan dinikmati oleh masyarakat Kabupaten Karo. Dengan citra yang positif akan mendatangkan investor untuk menanamkan modal di Kabupaten

karo dan mendatangkan wisatawan sehingga meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.

Citra Pemkab karo belum positif dilihat dari banyaknya pemberitaan negatif mengenai Pemkab Karo dan Bupati Karo. Untuk membentuk citra positif Humas Pemkab Karo melakukan strategi public relations. Penelitian ini membahas mengenai strategi public relations Pemerintah Daerah Kabupaten Karo dalam membentuk citra positif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi public relations yang digunakan Humas Pemerintah Kabupaten Karo dalam membentuk citra positif.

3. **Skripsi dari Firma Setyo Iriani (2009) program studi Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta program Sarjana yang berjudul Peran Kehumasan Instansi Pemerintah Kegiatan peliputan dan penulisan press release untuk membangun citra Pemkab di dinas perhubungan komunikasi dan informatika Kabupaten Karanganyar.**

Pada awalnya peran Humas Pemerintah hanya sekedar simbol sebagai corong pemerintah dengan tugasnya yang memberikan penerangan untuk meningkatkan hubungan baik dengan mereka yang pendapatnya berpengaruh bagi organisasi dalam menentukan kebijaksanaan yang terbaik.

4. Skripsi yang selanjutnya dari Wartini dalam program study Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta program Sarjana 2016 dalam judul Strategi Humas Pemkab Boyolali dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kabupaten Boyolali.

Humas pemerintah Kabupaten Boyolali merupakan instansi pemerintah dalam lingkup Satuan Kerja perangkat desa (SKPD) Kabupaten Boyolali. Humas merupakan instansi yang keberadaannya sangat dibutuhkan karena perannya di Kabupaten Boyolali. Sesuai dengan perannya, Humas merupakan alat yang digunakan untuk menjalin hubungan dengan media massa sehingga adanya sebuah kerjasama. Maka dari itu, Humas menjalankan kegiatan media relations sebagai timbal balik dari menjalin hubungan dengan media. Hal ini dilakukan karena untuk membentuk sebuah citra didalam lembaga.

Perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah tujuan yang melatarbelakanginya. Pada penelitian skripsi Violitasari program study Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta program Sarjana 2015 dalam judul Media Relation pemerintahan kota Surakarta dalam mempertahankan citra positif pemerintahan

(Deskriptif Kualitatif Aktivitas Media Relations Humas Pemerintahan Kota Surakarta Pasca Transisi Jokowi Kepada Fx Rudi Hadiyatmo 2014).

Salah satu keunggulan media massa adalah dapat menjangkau masyarakat secara luas. Melalui pemberitaannya, media massa mampu mendorong masyarakat untuk membentuk sebuah citra positif.

Perbedaan dengan skripsi Lowina Mindasari adalah lowina lebih membahas tentang strategi Humas untuk membentuk citra positif karena adanya pemberitaan negatif Bupati Karo melalui media relation. Sedangkan skripsi milik Firma Setya lebih membahas tentang penulisan press release untuk membangun citra, terakhir milik Wartini membahas bagaimana upaya Humas untuk meningkatkan citra positif Kabupaten Boyolali melalui media massa. Perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti pada pengembalian citra positif suatu Kabupaten Karanganyar sehingga peneliti ingin menggali bagaimana strategi Humas dalam upaya mengembalikan citra positif. Dari ke-empat skripsi diatas relevansi dengan penelitian yang akan peneliti adalah ke-empat skripsi tersebut menggunakan strategi kehumasan dalam menyelesaikan kasusnya meskipun objek masalah penelitian peneliti tidak sampai pada krisis.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Moleong dalam Prastowo (2014: 23) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Melalui pendekatan kualitatif akan dapat diperoleh pemahaman dan penafsiran yang mendalam mengenai makna, kenyataan, dan fakta yang relevan. Peneliti menggunakan penelitian jenis metode studi kasus, yaitu metode riset yang menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin data) yang biasa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa yang sistematis. (Rachmat Kriyantono, 2008: 65)

Robert K Yin dalam Rachmat Kriyantono (2008: 65), memberikan batasan mengenai metode studi kasus sebagai riset yang menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas-batas antara fenomena dengan konteks tak tampak dengan jelas, dan dimana multisumber bukti dimanfaatkan.

Ciri-ciri metode penelitian studi kasus :

1. *Partikularistik*, Studi kasus berfokus pada situasi, peristiwa, program atau fenomena tertentu.

2. *Deskriptif*, Hasil akhir metode ini adalah diskripsi detail dari topik yang diteliti
3. *Heuristik*, Metode studi kasus membantu khalayak memahami apa yang sedang diteliti. Interpretasi baru, perspektif baru makna baru merupakan tujuan dari studi kasus.
4. *Induktif*, Studi kasus berangkat dari fakta-fakta dilapangan, kemudian menyimpulkan ke dalam tataran konsep atau teori.

Penelitian ini akan menggambarkan bagaimana strategi Humas Kabupaten Karanganyar dalam upaya pengembalian citra positif (studi kasus GLA dan BKK di Kabupaten Karanganyar) judul pengembalian citra positif, bukan mencari, dan menguji hipotesis apalagi membuat suatu predeksi.

Disini peneliti tidak hanya menggambarkan atau menjelaskan masalah-masalah yang akan diteliti saja, tetapi juga akan menganalisis data-data dengan pertanyaan yang diajukan kepada pihak-pihak terkait dalam hal ini adalah Instansi Pemerintah yaitu Dinas Komunikasi dan Informasi, serta meneliti hasil observasi yang akan diperoleh. Tujuan metode ini adalah untuk melukiskan secara sistematis mengenai fakta dan karakter populasi secara faktual dan cermat.

2. Waktu dan Tempat

Adapun lokasi ini akan dilaksanakan di dinas perhubungan komunikasi dan informatika Jl. Nyi Ageng Karang No 1, Karanganyar. Penelitian lebih lanjut akan dilaksanakan kurang lebih satu bulan sampai data yang diinginkan peneliti dapat terpenuhi dengan sempurna. Observasi dan wawancara dilakukan selama penyusunan proposal penelitian ini dilakukan dan diselesaikan sampai titik terpenuhinya data atau informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.

Observasi akan dilakukan pada minggu ke-4 pada bulan November 2016, dan terus berlanjut kurang lebih tiga bulan sampai dengan akhir Januari 2017. Tahap ini terdiri dari proses wawancara dengan pihak sekretariat daerah dan Dinas Komunikasi dan Informatika hingga pada menganalisis strategi Humas untuk upaya pengembalian citra positif, yang sebelumnya sudah dihimpun selama fase pengumpulan data. Akhirnya, jika sudah dirasa data sudah mencukupi, maksimal minggu ke-4 Januari 2017 data dapat sudah di analisis, untuk kemudian pada bulan Februari laporan selesai.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karanganyar. Kemudian yang menjadi objek penelitian ialah Humas dalam bidang komunikasi dan informatika, khususnya tim yang menangani ke-humasan.

Peneliti akan melakukan wawancara, peneliti akan mencari lebih lanjut ke bagian komunikasi dan informatika Dra. Eny Fauziah, MM, seksi komunikasi Wuri Ratnaningsih, SE, seksi informasi dan pemberitaan Chomsya Nurhemi, SH, dan peneliti akan mencari lebih lanjut ke sumber seksi penyiaran Teguh Triyono, SH.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan adalah cara yang dipakai untuk mengumpulkan informasi dan fakta-fakta di lapangan. Menurut Sugiyono (Prastowo, 2014: 208) teknik pengumpulan yang digunakan peneliti adalah melalui wawancara dan dokumentasi. Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah melalui :

1. Wawancara

Dalam penelitian ini Menurut Sugiono wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. (Prastowo, 2014 : 212).

Nasution menjelaskan secara teknis dalam pemanfaatan teknik wawancara ini data yang akan dikumpulkan adalah data yang bersifat verbal dan non verbal.

2. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. (Sugiono,

2013:240) Dokumentasi dilakukan peneliti untuk melakukan kontak dengan pelaku sebagai partisipan yang terlibat pada suatu peristiwa sejarah masa lalu. Ada empat jenis dokumentasi yang digunakan dalam metode ini, yaitu

- a. Data Arsip (*Archival*)
- b. Dokumen sejarah milik lembaga atau pribadi
- c. Dokumen *privacy* milik pribadi semisal surat wasiat, ijazah, berkas rahasia, catatan harian dan lain sebagainya.
- d. Dokumentasi Publik, seperti data atau informasi yang diberbagai media massa, kepustakaan, bahan publikasi instansi dan pengumuman publik.

5. Keabsahan Data

Penelitian kualitatif harus mengungkap kebenaran yang objektif. Karena itu keabsahan data dalam sebuah penelitian kualitatif sangat penting. Melalui keabsahan data kredibilitas (kepercayaan) penelitian kualitatif dapat tercapai.

Dalam penelitian ini untuk mendapatkan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi. Adapun triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu

untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong, 2007:330).

Dalam memenuhi keabsahan data penelitian ini dilakukan triangulasi dengan sumber data. Menurut Patton, triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Moleong, 2007:29).

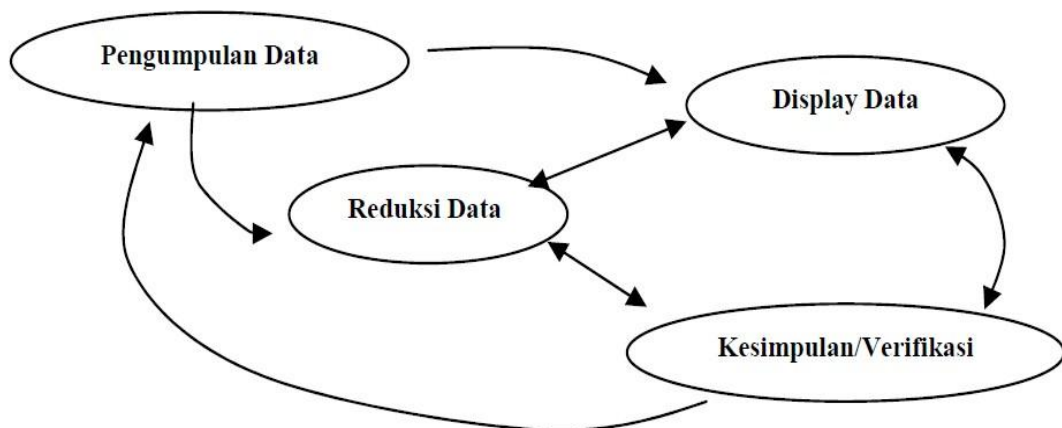
Triangulasi yang digunakan pada penelitian ini adalah triangulasi sumber data, berikut penjelasan penjelasan dari triangulasi sumber data :

Triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Untuk menguji kredibilitas data, peneliti mengumpulkan dan menguji data yang diperoleh dari pimpinan langsung, bawahan yang dipimpin langsung dan atasan yang menugasi. Dari ketiga sumber tersebut maka peneliti bisa mendiskripsikan, mengkategorikan mana pandangan yang sama, dan pandangan yang berbeda dan mana spesifik dari tiga sumber data tersebut. Data yang telah peneliti analisis akan menghasilkan suatu kesimpulan yang kemudian dimintakan kesepakatan dengan tiga sumber data tersebut (Sugiono, 2013:274).

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data berarti kita mengolah dan menganalisis data. Data kualitatif menurut pohan (Prastowo , 2014:237) adalah semua bahan, keterangan, dan fakta-fakta yang tidak dapat diukur dan dihitung secara

matematis karena berwujud keterangan verbal (kalimat & kata). Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah analisis model Miles & Huberman. Miles & Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terusmenerus secara tuntas. (Sugiono, 2013 : 246).



Gambar 4

Komponen dalam analisis data (*interactive model*)

1. Reduksi Data

Analisis reduksi data berarti peneliti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Reduksi data yaitu sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.

2. Penyajian Data.

Dalam penelitian kualitatif setelah data direduksi adalah melakukan penyajian data, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar katagori, dan sejenisnya. Namun yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Penyajian data dalam bentuk informasi yang tersusun secara sistematis sehingga memudahkan peneliti memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja yang selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

3. Menarik Kesimpulan/Verifikasi.

Langkah terakhir adalah menarik kesimpulan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal, tetapi bisa jadi tidak bisa menjawab rumusan awal karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.

Dalam penelitian kualitatif, prinsip pokok teknik analisisnya ialah mengolah dan menganalisa data-data yang terkumpul menjadi data yang sistematis, teratur, terstruktur dan mempunyai makna. Prosedur analisa data kualitatif dibagi dalam 5 langkah, yaitu:

1. Mengorganisasi data : Cara ini dilakukan dengan membaca berulang kali data yang ada sehingga peneliti dapat menemukan data yang sesuai dengan penelitiannya dan membuang data yang tidak sesuai.

2. Membuat kategori, menentukan tema dan pola :
Langkah kedua ialah menentukan kategori yang merupakan proses cukup rumit karena peneliti harus mampu mengelompokkan data yang ada ke dalam suatu kategori dengan tema masing-masing sehingga pola keteraturan data menjadi terlihat secara jelas.
3. Menguji hipotesa yang muncul dengan menggunakan data yang ada : Setelah proses pembuatan kategori maka peneliti melakukan pengujian kemungkinan berkembangnya suatu hipotesa dan mengujinya dengan menggunakan data yang tersedia.
4. Mencari eksplanasi alternatif data : Proses berikutnya ialah peneliti memberikan keterangan yang masuk akal data yang ada dan peneliti harus mampu menerangkan data tersebut didasarkan pada hubungan logika makna yang terkandung dalam data tersebut.
5. Menulis laporan : Penulisan laporan merupakan bagian analisa kualitatif yang tidak terpisahkan. Dalam laporan ini peneliti harus mampu menuliskan kata, frasa, dan kalimat serta pengertian secara tepat yang akan digunakan untuk mendeskripsikan data dan hasil analisisnya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Kabupaten Karanganyar

Kabupaten Karanganyar dipimpin oleh seorang Bupati yaitu Bapak Juliatmono menjabat dari tahun 2013-2018. Dalam pelaksanaan tugasnya Bupati dibantu oleh jajaran pemerintahan Kabupaten Karanganyar untuk menjalankan Visi dan Misi selama lima tahun masa jabatan Juliatmono. Bupati dibantu oleh Sekretariat Daerah dan Dinas. Sekretariat Daerah mempunyai tugas membantu Bupati dalam menyusun kebijakan dan mengkoordinasikan Sekretariat DPRD, Dinas Daerah, Lembaga Teknis Daerah, Satuan Polisi Pamong Praja, Kecamatan dan Kelurahan, Asisten Pemerintahan, Asisten Perekonomian, kesejahteraan Rakyat, Asisten Administrasi, Bagian Pemdes, Bagian Pembangunan, Bagian Perekonomian, dan Bagian Humas. Bupati dibantu oleh Dinas Kesehatan, Dinas Peternakan, Dinas Pertanian, Dinas Sosial, Dinas Kependudukan, Dinas Pariwisata dan Budaya, Dinas Pendidikan dan Olahraga, dan Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika.

Dalam kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat dan menjaga nama baik Kabupaten Karanganyar untuk mendapatkan citra positif Bupati Juliatmono dibantu oleh Dishubkominfo Kabupaten Karanganyar. (wawancara dengan Dra Eny Fauziah, MM ketua bidang komunikasi dan informatika, 22 Februari 2017).

B. Sejarah dan Profil Dishubkominfo Karanganyar

Sejarah berdirinya Dishubkominfo Karanganyar Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karanganyar secara yuridis terbentuk pada tahun 2009 dengan landasan Hukum Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2009 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja (SOTK). Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika merupakan gabungan dari dua instansi yang berbeda yaitu, Kantor Informasi dan Komunikasi (KIK) dan Dinas Lalu Lintas dan Angkutan Jalan yang sebelumnya melekat pada Dinas Pekerjaan Umum (DPU). Mengingat bidang tugas yang sebelumnya ditangani meliputi dua sektor yang berbeda, tugas pokok dan fungsi Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karanganyar kemudian diatur dalam Peraturan Bupati Nomor 15 tahun 2009 tentang Uraian Tugas dan Fungsi Jabatan Struktural Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika. Pada awal terbentuknya, Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karanganyar, masih berkantor di Kompleks Perkantoran Cangkan Jl. Lawu Nomor 124 Karanganyar. Seiring dengan dinamisasi pembangunan, pada Jum'at, tanggal 6 Agustus 2010 Kantor Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karanganyar pindah menempati bekas Kantor Dinas Pekerjaan Umum (DPU) di sebelah barat Taman Pancasila, tepatnya Jl. Nyi Ageng Karang No.1 Karanganyar sampai dengan saat ini (Dokumen Dishubkominfo Kabupaten Karanganyar).

C. Visi dan Misi Dishubkominfo Karanganyar

Visi dan Misi Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika :

- Visi Dinas Perhubungan Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Karanganyar:

“Terwujudnya sistem transportasi dan perhubungan yang efisien, aman, lancar, tertib, dan teratur serta terwujudnya masyarakat Karanganyar yang informatif dan komunikatif”.

- Misi Dinas Perhubungan Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Karanganyar:

- a. Meningkatkan kualitas pelayanan administrasi perkantoran.
- b. Meningkatkan sarana dan prasarana dan pelayanan di bidang perhubungan.
- c. Meningkatkan keamanan, ketertiban, dan kelancaran lalu lintas.
- d. Mewujudkan masyarakat yang komunikatif dan informatif (Wawancara dengan Kepala Dishubkominfo Agus Cipto Waluyo, SH, MT, 3 Januari 2017).

D. Tujuan Dinas Perhubungan Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Karanganyar.

1. Terciptanya pelayanan administrasi perkantoran secara memadai.
2. Terwujudnya sarana dan prasarana perhubungan secara memadai.
3. Terwujudnya pelayanan yang baik kepada masyarakat secara memadai.
4. Terwujudnya pengamanan lalu lintas secara memadai.
5. Meningkatkan kualitas pelayanan informasi kepada masyarakat. (Wawancara dengan Dra Eny Fauziah, MM ketua bidang komunikasi dan informatika, 3 Januari 2017).

E. *Job Description* Dishubkominfo Karanganyar

Secara struktural, pembagian kerja di Dishubkominfo Karanganyar, mulai dari Kepala Dinas maupun staff kantor, pada dasarnya disesuaikan dengan prosedur yang sudah ditetapkan oleh Peraturan Bupati Karanganyar nomor 15 tahun 2009 tentang uraian tugas dan fungsi jabatan struktural pada Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karanganyar.

Dishubkominfo Karanganyar sendiri dipimpin oleh seorang Kepala Dinas, yang kemudian dari pihak bidang dihandle oleh Kepala Bidang yang mengepalasi seksi-seksi yang terbagi atas Kepala Seksi Informasi dan Pemberitaan, yang bertugas mengkoordinir seperti accounting dan staff lainnya. Tidak hanya itu saja, ada Kepala Seksi Komunikasi dan Kepala

Seksi Penyiaran. Di samping itu, terdapat pula Kepala Bidang lainnya, yaitu Kepala Bidang Perhubungan dan Kepala Pengendalian OPS Kesel Jalan. (Dokumen Dishubkominfo Kabupaten Karanganyar).

F. Aspek Redaksional Dishubkominfo Karanganyar

Tugas masing masing jabatan dalam struktur organisasi Dishubkominfo Kabupaten Karanganyar, diantaranya sebagai berikut:

- a. Kepala Dinas mempunyai tugas membantu Bupati dalam melaksanakan urusan Pemerintahan Daerah di Bidang Perhubungan, Komunikasi dan Informatika berdasarkan azas otonomi dan tugas pembantuan.
- b. Sekretaris mempunyai tugas membantu Kepala Dinas dalam merumuskan kebijakan, mengkoordinasikan, membina dan mengendalikan kegiatan perencanaan, keuangan, umum, dan kepegawaian di lingkungan Dinas.
- c. Kepala Sub Bagian Perencanaan mempunyai tugas membantu Sekretaris dalam menyusun program kegiatan, monitoring, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan program kegiatan Dinas.
- d. Kepala Sub Bagian Keuangan mempunyai tugas membantu Sekretaris dalam melaksanakan urusan administrasi keuangan dan pelaporan pertanggungjawaban keuangan Dinas.

- e. Kepala Sub Bagian Umum dan Kepegawaian mempunyai tugas membantu Sekretaris dalam melaksanakan pengelolaan urusan administrasi umum, rumah tangga, perlengkapan/perbekalan, dokumentasi, perpustakaan dan kearsipan, serta pengelolaan administrasi kepegawaian Dinas.
- f. Kepala Bidang Perhubungan mempunyai tugas membantu Kepala Dinas dalam merumuskan kebijakan, mengkoordinasikan, membina dan mengendalikan kegiatan di Bidang Perhubungan.
- g. Kepala Bidang Pengendalian Operasional Keselamatan Jalan mempunyai tugas membantu Kepala Dinas dalam merumuskan kebijakan, mengkoordinasikan, membina dan mengendalikan kegiatan di Bidang Pengendalian Operasional Keselamatan Jalan.
- h. Kepala Bidang komunikasi dan Informatika mempunyai tugas membantu Kepala Dinas dalam merumuskan kebijakan, mengkoordinasikan, membina dan mengendalikan kegiatan di Bidang Komunikasi dan Informatika:
- i. Kepala Seksi Informasi dan pemberitaan mempunyai tugas membantu Kepala Bidang Komunikasi dan

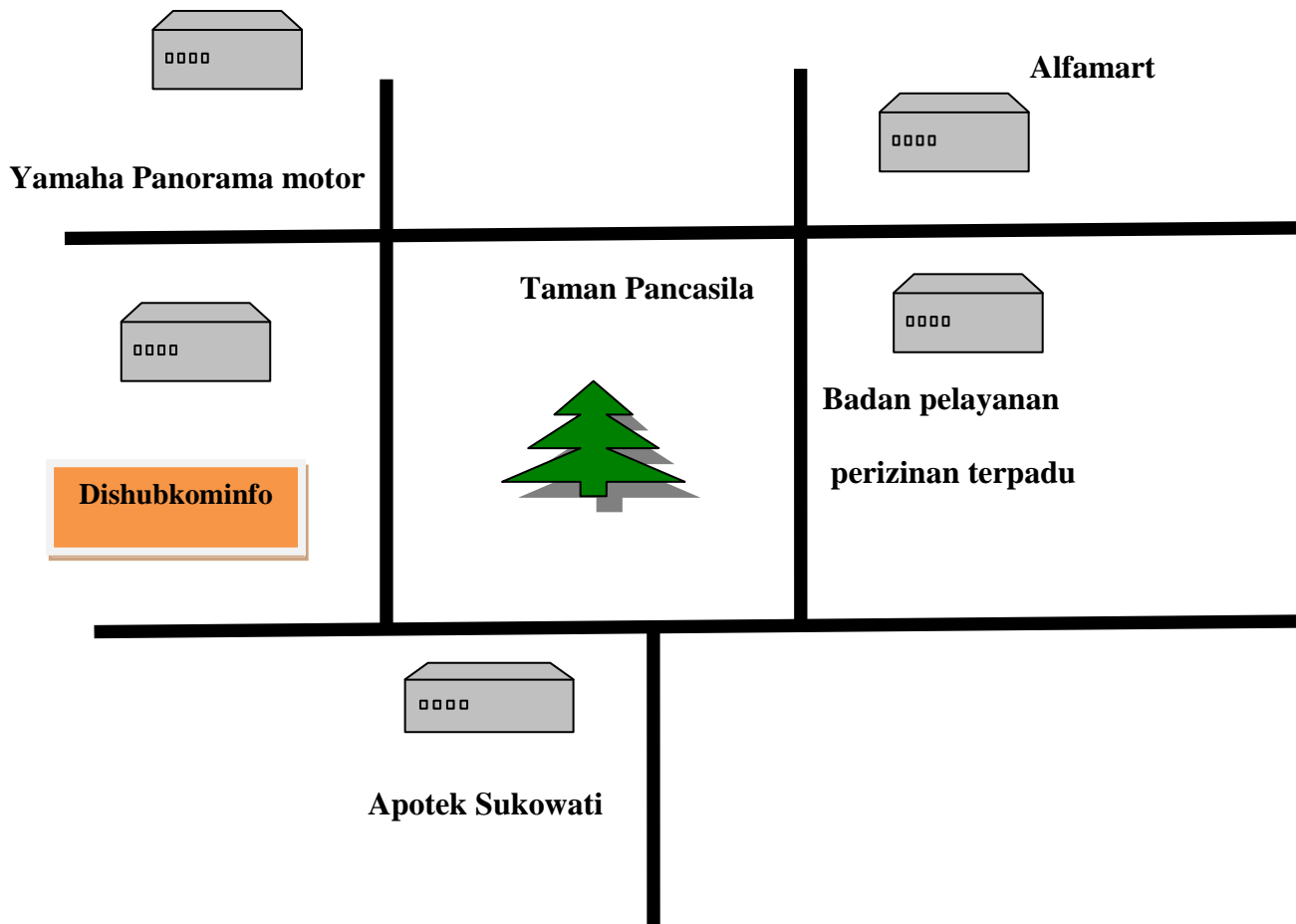
Informatika dalam melaksanakan penyiapan bahan perumusan kebijakan, koordinasi, pembinaan dan pengendalian kegiatan di Seksi Informasi dan Pemberitaan.(Dokumen Dishubkominfo Kabupaten Karanganyar).

Uraian tugas pokok sebagaimana dimaksud, sebagai berikut :

- a. menyusun program kegiatan seksi Informasi dan Pemberitaan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan sumber data yang tersedia sebagai pedoman pelaksanaan kegiatan:
- b. menjabarkan perintah atasan melalui pengkajian permasalahan dan peraturan perundang-undangan agar pelaksanaan tugas sesuai dengan ketentuan yang berlaku:
- c. membagi tugas kepada bawahan sesuai dengan bidang tugasnya, memberikan arahan dan petunjuk secara lisan maupun tertulis guna meningkatkan kelancaran pelaksanaan tugas:
- d. melaksanakan koordinasi dengan Kepala seksi dan Kepala Sub Bagian di lingkungan Dinas secara langsung maupun tidak langsung untuk mendapatkan masukan, informasi serta untuk mengevaluasi permasalahan agar diperoleh hasil kerja yang optimal:

- e. melaksanakan kegiatan di Seksi Informasi dan Pemberitaan berdasarkan ketentuan yang berlaku:
- f. melaksanakan diseminasi informasi nasional:
- g. menyiapkan bahan koordinasi dan fasilitasi pengembangan kemitraan dengan media massa:
- h. melaksanakan dokumentasi kegiatan Pemerintah Kabupaten:
- i. melaksanakan kegiatan Forum Komunikasi Kehumasan, rapat Koordinasi Bidang Kehumasan (Rakor BakoHumas), Kliping Pers dan Liputan kegiatan Pemerintah Kabupaten:
- j. melaksanakan kegiatan Siaran Pers dan Jumpa Pers/kemitraan dengan Pers:
- k. menyiapkan bahan kerja sama dengan media elektronik untuk menyelenggarakan kegiatan sosialisasi kebijakan Pemerintah:
- l. melaksanakan monitoring, evaluasi dan menilai prestasi kerja pelaksanaan tugas bawahan secara berkala melalui sistem penilaian yang tersedia sebagai cerminan penampilan kerja:
- m. membuat laporan pelaksanaan tugas kepada atasan sebagai dasar pengambilan kebijakan:

- n. melaksanakan tugas lain yang diberikan atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya. (Dokumen Dishubkominfo Kabupaten Karanganyar).

G. Denah Lokasi**Gambar 5**

Denah lokasi penelitian berada tepat di barat taman pancasila dan selatan rumah dinas bupati karanganyar tepat berada di tengah kota Kabupaten Karanganyar.

A. Sajian Data

1. Diskripsi Masalah

Pada masa kepemimpinan seorang Bupati pada Kabupaten tentu mengalami masa jaya dan krisis, tentunya pasti mengalami masa krisis pada kepemimpinan itu pasti terjadi (Linggar Anggoro, 2002: 273).

Krisis Kepemimpinan Bupati terjadi pada Kabupaten Karanganyar pada masa jabatan Rina Irianipada periode ke II masa jabatannya. Rina memiliki latar belakang dari dunia pendidikan sebagai guru SD kemudian meneruskan karirnya sebagai bupati Karanganyar walaupun belum memiliki pengalaman didunia politik, Untuk memuluskan jalannya menjadi bupati Karanganyar Rina harus mengadakan kontrak politik dengan beberapa partai yang masuk sebagai koalisinya.

Rina membutuhkan banyak dana untuk membiayai koalisi partai pendukung dan biaya kampanye, sehingga terjerat dengan beberapa kasus korupsi yang terungkap pada akhir masa jabatannya.(Wawancara dengan Seksi Komunikasi Wuri Ratnaningsih, SE).

Rina Iriani menerima uang Rp 11,1 miliar dari proyek perumahan bersubsidi Griya Lawu Asri (GLA) di Desa Jeruksawit, Kecamatan Gondangrejo. Penerimaan uang tersebut terungkap dalam sidang perdana kasus dugaan korupsi (GLA) dengan terdakwa Handoko Mulyono di Pengadilan Negeri (PN) Karanganyar. Jaksa Penuntut Umum (JPU) dalam dakwaannya secara gamblang menyebut nama Rina Iriani mendapat kucuran uang Rp 11,1 miliar bersama suaminya, Tony Iwan Haryono yang

juga menjadi tersangka dalam kasus tersebut. Sementara itu, terdakwa Handoko Mulyono yang menjadi ketua Koperasi Serba Usaha (KSU) Sejahtera tahun 2008 disebut mendapat Rp 370 juta. Kasus ini merugikan negara senilai Rp 18,4 miliar.

Kasus lain korupsi Badan Kredit Karanganyar yang mengakibatkan Negara Rugi Rp3,4 Miliar, Rina tersangkut kasus lagi korupsi dana Instruksi Gubernur (Ingub) Provinsi Jawa Tengah (Jateng) tahun 2003/2004 senilai Rp10,3 miliar.

Perbuatan korupsi dilakukan Rina Iriani telah merugikan masyarakat kecil di Karanganyar karena tidak bisa menikmati rumah bersubsidi Griya Lawu Asri (GLA) sehingga sampai tahun 2016 ini (GLA) masih terbengkalai, serta infrastruktur Karanganyar menjadi terganggu prosesnya, kepercayaan masyarakat semakin menurun sehingga muncul lah citra yang buruk terhadap masyarakat luar maupun dalam terhadap Kabupaten Karanganyar.

Pemberitaan media masa tentang kasus korupsi Rina iriani yg tidak ada hentinya menyebabkan pembangunan infrastuktur Kabupaten Karanganyar terganggu.

GLA dan BKK adalah program andalan Kabupaten Karanganyar, sehingga kegagalan program tersebut karena kasus korupsi menyebabkan citra Kabupaten Karanganyar menurun. Humas Kabupaten Karanganyar tidak bisa menutup mata mengenai kasus GLA dan BKK, sehingga mendapatkan tugas yang sangat berat untuk memikirkan strategi

yang akan dilakukan untuk pengembalian citra Kabupaten Karanganyar agar mendapatkan *image* positif dari masyarakat kembali (Wawancara dengan Chomsya Nurhemi, SH Seksi Informasi dan Pemberitaan, 20 Desember 2016).

2. Pemecahan Masalah

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan wawancara dan data sekunder pihak Humas melakukan beberapa kegiatan dalam upaya untuk mengembalikan citra positif Kabupaten Karanganyar pasca kepemimpinan Rina Iriani. Humas melakukan beberapa kegiatan untuk mengembalikan citra positif Kabupaten Karanganyar agar *image negative* serupa tidak terjadi lagi.

Humas melakukan beberapa strategi, strategi ini mengarah kepada strategi eksternal maupun internal. Strategi eksternal yang dilakukan berupa program kerja. Program kerja dari Bupati Juliyatmono akan dilaksanakan oleh Humas Kabupaten Karanganyar berupa kegiatan *prEventif* seperti sosialisasi, Bupati menyapa, *Branding* Kabupaten Karanganyar, Promosi GLA dengan memberikan tawaran harga yang murah, membuat iklan agar orang tertarik dengan GLA, program Baru BKK, memberikan Hadiah menarik untuk nasabah BKK (Wawancara dengan Dra Eny Fauziah, MM ketua bidang komunikasi dan informatika, 3 Januari 2017).

Dishubkominfo juga mempunyai peran penting yaitu membantu Bupati dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai program Bupati untuk meningkatkan citra Kabupaten Karanganyar yaitu salah satunya menjalankan visi dan misi Kabupaten Karanganyar, Visi Pembangunan Kabupaten Karanganyar 2013-2018 yaitu bersama memajukan Karanganyar sedangkan Misi Pembangunan Kabupaten Karanganyar 2013-2018

1. Pembangunan infrastruktur menyeluruh
2. Pencapaian 10.000 wirausahawan mandiri
3. Pendidikan gratis SD/SMP/SMA dan kesehatan gratis
4. Pembangunan desa sebagai pusat pertumbuhan
5. Peningkatan kualitas keagamaan dan sosial budaya

Humas harus mampu menjalankan semua program dari Bupati Kabupaten Karanganyar, dengan cara menjalankan strategi Humas salah satu strategi yang dijalankan yaitu strategi peningkatan komunikasi informasi publik dengan mengadakan liputan kegiatan seluruh kegiatan peningkatan citra Kabupaten Karanganyar.

Humas bertugas untuk meliput semua kegiatan, salah satu contohnya adalah promosi GLA. Dengan mensosialisasikan GLA ke masyarakat umum agar menjadi primadona masyarakat Solo, memberikan penjelasan lewat sosialisasi perbedaan GLA yang dulu dengan Sekarang,

sebelum mengadakan pertemuan atau sosialisasi di suatu tempat, humas terjun langsung ke-masyarakat memberikan pengarahannya atau promosi lapangan langsung ke masyarakat dan memberikan undangan untuk acara sosialisasi (Wawancara dengan Chomsya Nurhemi, SH Seksi Informasi dan Pemberitaan, 20 Desember 2016).

Team Humas melakukan liputan mengenai GLA dan BKK. Setelah team liputan *hunting* berita kemudian langsung di unggah *web-site* Kabupaten Karanganyar.

Bapak Juliyatmono sebagai bupati saat ini lebih mengoptimalkan *web-site* untuk mempublikasikan seluruh kegiatan Kabupaten Karanganyar, beliau melihat perubahan zaman yang serba digitalisasi ini sebagai salah satu peluang untuk mengembalikan citra Kabupaten Karanganyar, salah satunya untuk memberikan informasi GLA dan BKK serta informasi lainnya mengenai Kabupaten Karanganyar. (Wawancara dengan Chomsya Nurhemi, SH Seksi Informasi dan Pemberitaan, 20 Desember 2016).

Semua kegiatan Kabupaten Karanganyar ter-*expose* di *web-site* www.Karanganyarkab.go.id yang dengan mudah dapat diakses oleh masyarakat.

Strategi yang dilakukan oleh Humas Kabupaten selanjutnya adalah menjalin hubungan dengan awak media untuk berkerjasama menyampaikan informasi melalui media-masing-masing, salah satu contohnya Humas berkerjasama dengan awak media untuk memberitakan

dan mempromosikan GLA di jeruk sawit dan BKK(Wawancara dengan Dra Eny Fauziah, MM ketua bidang komunikasi dan informatika, 3 Januari 2017).

Pengembalian citra Kabupaten Karanganyar dilakukan dengan mengganti pengembang dari GLA ke Perumas Regional V, memperbaiki infrastruktur GLA, dan gencar melakukan sosialisasi serta publikasi. (Wawancara dengan Dra Eny Fauziah, MM ketua bidang komunikasi dan informatika, 3 Januari 2017).

Penggantian pengembang dari GLA ke Perumas Regional V, berdasarkan catatan harian Solopos, Perum pembangunan perumahan nasional (Perumnas) regional V Solo mengambil alih perumahan GLA pada tahun 2013, strategi humas selanjutnya dengan merubah nama GLA menjadi Jeruk Sawit Permai. (Dokumen Perumnas Solo).

Membangun ulang infrastruktur GLA, yaitu dengan membangun akses transportasi dari daerah Jeruk Sawit menuju jalan raya Mojosongo. Hal ini tentunya menjadi daya tarik masyarakat yang ingin memiliki rumah di GLA karena dengan akses transportasi yang mudah akan menunjang distribusi komoditi ekonomi bagi masyarakat penghuni GLA. (Wawancara dengan Dra Eny Fauziah, MM ketua bidang komunikasi dan informatika, 3 Januari 2017).

Pembangunan ulang infrastruktur dan akses transportasi ini tidak akan cukup mengembalikan citra jika Humas Kabupaten Karanganyar tidak mensosialisasikanya kepada masyarakat. Oleh karena itu Humas

Kabupaten Karanganyar berupaya mensosialisasikan dengan mengikuti pameran perumahan rakyat oleh Kemenpera di Solo Paragon tanggal 14-19 Desember 2016. (sumber dokumen perumnas Solo).

Program unggulan GLA yang ditawarkan oleh Humas adalah memberikan subsidi untuk rumah type 21x27 masyarakat berpenghasilan rendah bisa memiliki rumah dengan angsuran Rp 700.000,00-an perbulan dengan uang muka Rp 1.000.000,00. Humas Kabupaten Karanganyar juga gencar mensosialisasikan GLA ini melalui acara Bupati Menyapa di Radio Swiba Kabupaten Karanganyar, mempublikasikan melalui media cetak berupa pamflet. Sehingga peran Humas juga sangat penting untuk mempromosikan potensi Kabupaten Karanganyar. Promosi melalui media maupun non media. (Wawancara dengan Chomsya Nurhemi, SH Seksi Informasi dan Pemberitaan, 20 Desember 2016).

Strategi yang dilakukan oleh Humas Kabupaten Karanganyar selanjutnya dalam pengembalian citra kasus BKK adalah mensosialisasikan program BKK baru di Lingkungan Kecamatan.

BKK Kabupaten Karanganyar berusaha menjalin hubungan antara pemilik, pengelola, nasabah serta pihak lain agar terjaga dengan baik, yaitu dengan cara menyediakan produk-produk sesuai dengan keperluan masyarakat, yaitu tabungan masyarakat desa (TAMADES) tabungan wajib deposito berjangka, produk pinjaman kredit pegawai (negeri/swasta) kredit umum. (Wawancara dengan Dra Eny Fauziah, MM ketua bidang komunikasi dan informatika, 10 Januari 2017).

Humas Kabupaten Karanganyar memberikan fasilitas pendukung berupa kantor yang cukup representative dan mudah dijangkau, terdapat 5 kantor cabang, 2 kantoroperasional, 3 kantor kas, 4 unit mobil operasional dan 33 unit sepeda motor. Sarana dan prasarana tersebut bertujuan untuk mempermudah dalam pelayanan yang prima kepada masyarakat, serta memperlancar jalannya aktifitas perbankan dan bertujuan untuk mengembalikan citra BKK di Kabupaten Karanganyar. (Wawancara dengan Dra Eny Fauziah, MM ketua bidang komunikasi dan informatika, 3 Januari 2017).

A. Analisis Data

Fakta yang terjadi di lapangan adalah kasus korupsi Rina Iriani pada program GLA dan BKK yang sudah diketahui masyarakat luas. Kasus GLA dan BKK sebenarnya merupakan kasus korupsi individu Rina Iriani sebagai Bupati, akan tetapi berdampak terhadap memburuknya citra jajaran pemerintahan Kabupaten Karanganyar. (Wawancara dengan Dra Eny Fauziah, MM ketua bidang komunikasi dan informatika, 3 Januari 2017).

Ketidak tertarikan masyarakat terhadap program GLA adalah salah satu bentuk respon masyarakat terhadap kasus korupsi yang dilakukan Rina Iriani. Masyarakat tidak tertarik memiliki rumah di GLA karena infrastruktur GLA yang tidak terawat dan akses jalan yang sulit.

Rina Iriani mendepositokan dana subsidi GLA Ke PD BPR BKK Tasikmadu Karanganyar sebesar Rp. 850 Juta atas nama KSU Sejahtera akan tetapi dana tersebut disalah gunakan petinggi PD BPR BKK dengan membuat kredit fiktif, penggelapan dana operational kantor dan urusan sewa menyewa asset. Kerugian Negara menjadi semakin besar karena banyak kredit macet.

Mengetahui hal tersebut, Humas Kabupaten Karanganyar tetap berkerja secara maksimal dengan menjadikan masalah tersebut sebagai pemacu semangat dalam melakukan tugas-tugas dan program kerja yang ada. Humas mulai menyusun langkah perbaikan citra dengan merombak birokrasi yang berkaitan dengan GLA dan BKK (Wawancara dengan Dra Eny Fauziah, MM ketua bidang komunikasi dan informatika, 3 Januari 2017).

Pengembalian citra Kabupaten Karanganyar dilakukan dengan mengganti pengembang dari GLA ke Perumas Regional V, memperbaiki infrastruktur GLA, dan gencar melakukan sosialisasi serta publikasi. (Wawancara dengan Dra Eny Fauziah, MM ketua bidang komunikasi dan informatika, 3 Januari 2017).

Humas saat itu melaksanakan kegiatan di Seksi Informasi dan Pemberitaan berdasarkan ketentuan yang berlaku, melaksanakan diseminasi informasi nasional, menyiapkan bahan koordinasi dan fasilitasi pengembangan kemitraan dengan media massa, melaksanakan dokumentasi kegiatan Pemerintah Kabupaten, melaksanakan kegiatan

Forum Komunikasi Kehumasan, rapat Koordinasi Bidang Kehumasan (Rakor BakoHumas), Kliping Pers dan Liputan kegiatan Pemerintah Kabupaten, melaksanakan kegiatan Siaran Pers dan Jumpa Pers/kemitraan dengan Pers, menyiapkan bahan kerja sama dengan media elektronik untuk menyelenggarakan kegiatan sosialisasi kebijakan Pemerintah, melaksanakan monitoring, evaluasi dan menilai prestasi kerja pelaksanaan tugas bawahan secara berkala melalui sistem penilaian yang tersedia sebagai cerminan penampilan kerja, membuat laporan pelaksanaan tugas kepada atasan sebagai dasar pengambilan kebijakan, menyampaikan saran dan pertimbangan kepada atasan baik secara lisan maupun tertulis sebagai bahan masukan guna kelancaran pelaksanaan tugas, melaksanakan tugas lain yang diberikan atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya (Wawancara dengan Dra Eny Fauziah, MM ketua bidang komunikasi dan informatika, 3 Januari 2017).

Hal tersebut dilakukan oleh pihak humas agar informasi mengenai pernyataan kondisi bisa dipertanggung jawabkan nantinya (Wawancara dengan Dra Eny Fauziah, MM ketua bidang komunikasi dan informatika, 3 Januari 2017).

Perencanaan merupakan kegiatan yang memfokuskan kepada usaha perencanaan dan upaya pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kebijaksanaan dan menetapkan program kerja organisasi atau perusahaan yang sejalan dengan kepentingan publik sebagai khalayak sasaran yang memiliki sikap, opini, ide-ide, dan reaksi tertentu terhadap

kebijaksanaan (keputusan) yang telah ditetapkan oleh pihak organisasi (Ruslan, 2013 :46)

Humas Kabupaten Karanganyar menyusun program perencanaan untuk mengembalikan citra Kabupaten Karanganyar. Perencanaan tersebut diwujudkan dalam membuat kebijakan dan program kerja.

Humas Kabupaten Karanganyar menyusun kebijakan baru untuk merombak struktur pengurusan maupun mekanisme penyaluran kredit GLA. Perombakan dilakukan dengan mengganti pengembang dari GLA ke Perumas Regional V, memperbaiki infrastruktur GLA, dan gencar melakukan sosialisasi serta publikasi. (Wawancara dengan Dra Eny Fauziah, MM ketua bidang komunikasi dan informatika, 3 Januari 2017).

Upaya Humas Kabupaten Karanganyar untuk mengembalikan citra adalah dengan menyusun beberapa program kerja yang berkaitan dengan pemulihan citra GLA. Program kerja dilaksanakan diberbagai kegiatan yang melibatkan masyarakat secara langsung seperti bupati menyapa, pameran perumahan rakyat, dan publikasi di *web-site* Kabupaten Karanganyar.

Humas Kabupaten Karanganyar menuangkan beberapa gagasan baru yang dapat menarik minat masyarakat agar tertarik dengan program (GLA), seperti pemberian subsidi, uang muka ringan, dan angsuran yang ringan.

Humas Kabupaten Karanganyar ikut berperan dalam Pengembalian citra BKK. Humas Kabupaten Karanganyar membantu mempublikasikan keberadaan BKK secara umum, dan memfasilitasi kegiatan BKK yang akan melibatkan masyarakat secara langsung, contohnya kegiatan pemberian hadiah kepada nasabah yang memiliki deposito di BKK. Humas ikut membantu mengagendakan kegiatan tersebut kepada Bupati agar menghadirinya serta ikut mempublikasikan acara yang sudah terlaksana.

Pengembalian citra BKK lebih mengarah untuk perbaikan ke *internal* kepengurusan BKK, perbaikan dilakukan untuk mengatasi sejumlah kredit macet dan menambah jumlah nasabah yang ada. Penambahan jumlah nasabah dilakukan dengan mengembalikan beberapa program kredit dan tabungan yang menarik masyarakat. (Wawancara dengan Dra Eny Fauziah, MM ketua bidang komunikasi dan informatika, 3 Januari 2017).

Dalam rencana realisasinya pihak humas tidak bekerja sendiri berkoordinasi. Melibatkan seluruh jajaran pimpinan dinas komunikasi dan informasi serta jajaran pimpinan GLA dan BKK (Wawancara dengan Seksi Penyiaran Teguh Triyono, SH tanggal 4 Januari 2017).

Humas Kabupaten Karanganyar melakukan upaya komunikasi dengan berbagai media diantaranya solo pos, TA radio dan publikasi di web-site.



Gambar 6

Keberhasilan Humas dalam pengembalian citra positif terlihat dari peminat Perumahan Jeruksawit semakin meningkat.

Gambar 6 merupakan salah satu bentuk komunikasi humas Kabupaten Karanganyar dengan media Solo Pos. Humas melakukan kerjasama dengan solo pos karena solo pos merupakan media yang banyak dibaca oleh masyarakat Karanganyar, dengan publikasi tersebut diharapkan masyarakat yang membacanya menjadi tertarik kembali dengan program GLA dan yakin bahwa jajaran pemerintahan Kabupaten Karanganyar memberikan perhatian maksimal dengan program ini sehingga masyarakat mendapatkan jaminan kenyamanan memiliki hunian di Griya Lawu Asri (Perum Jeruk Sawit).



Gambar 7

Sosialisasikan dengan mengikuti pameran perumahan rakyat

oleh Kemenpera di Solo Paragon tanggal 14-19 Desember

2016.

Gambar 7 merupakan kegiatan komunikasi Humas Kabupaten Karanganyar dengan Kemenpera dan masyarakat. Humas Kabupaten menjadi salah satu peserta di acara tersebut. Dengan adanya kegiatan tersebut, humas Kabupaten Karanganyar dapat langsung bertemu masyarakat dan menunjukkan keberhasilan program GLA yang dapat mengembalikan citra positif Kabupaten Karanganyar.



Gambar 8

Pamflet untuk mempromosikan Perumahan Jeruksawit

Gambar 8 merupakan langkah Publikasi GLA melalui media cetak berupa Pamflet. Humas Kabupaten Karanganyar menyebarkan pamflet di berbagai *event* diantaranya, Car Free Day dan Pasar Sabtu.



Gambar 9

Sosialisasi Perumahan Jeruksawit melalui TA Radio

Gambar 9 merupakan sosialisasi perumahan jeruk sawit melalui media radio. Di program tersebut marketing Peurmahan Jeruk sawit

memberikan informasi mengenai kelebihan GLA dibandingkan dengan perumahan lain pada umumnya. Radio TA merupakan saluran Radio yang memiliki banyak pendengar di area solo dengan frekuensi 103.5 mhz.



Gambar 10

Fasilitas Perumahan Jeruksawit

Gambar 10 merupakan foto kegiatan sehari-hari masyarakat Perumahan Jeruk Sawit. Dari gambar diatas diketahui bahwa lingkungan perumahan eks GLA yang dulu sepi tanpa penghuni sekarang menjadi ramai. Penghuni perumahan Jeruk Sawit terlihat hidup nyaman dan senang bersosialisasi satu samalain.

Setelah tahap pelaksanaan komunikasi dilaksanakan, penilaian terhadap hasil-hasil dari program-program kerja atau aktivitas humas yang telah dilaksanakan sudah baik namun perlu di evaluasi.

Humas Kabupaten Karanganyar sudah melakukan beberapa upaya untuk memperbaiki citra Kabupaten Karanganyar. Namun ada beberapa kekurangan yang masih perlu diperbaiki. Kerjasama media cetak hanya dilakukan dengan Koran Solo Pos, seharusnya humas Kabupaten

Karanganyar perlu menambah jaringan media selain Koran Solo Pos seperti Kompas, Jawa Pos, Radar Solo dll.

Informasi mengenai kasus korupsi yang memperburuk citra Kabupaten Karanganyar sudah menyebar ke masyarakat daerah luar, sehingga perlu dibangun relasi komunikasi yang memiliki cakupan nasional. Publikasi birokrasi kependudukan di Kabupaten Karanganyar juga diperlukan untuk menunjang kesuksesan pengembalian citra ini, karena dengan birokrasi yang mudah tidak hanya masyarakat Karanganyar yang tertarik dengan GLA tetapi juga masyarakat dari daerah lain.

Langkah-langkah yang diambil humas Kabupaten Karanganyar sudah tepat, tetapi masih harus ditingkatkan kembali. Sosialisasi tidak harus menunggu *event* dari kemenpera, seharusnya Kabupaten Karanganyar mengadakan sendiri. Selain itu, perlu melibatkan aparat di desa-desa untuk memperluas sosialisasi program, GLA maupun BKK.

Penggunaan aplikasi teknologi terbaru untuk program BKK diperlukan agar BKK menjadi bank yang mengikuti perkembangan di era digital. Aplikasi teknologi diperlukan agar Bkk dapat diakses secara online, dapat digunakan untuk transaksi mobile banking dan internet banking. Dengan kemudahan layanan tersebut tentunya akan banyak masyarakat menengah ke atas yang mendepositokan uangnya di PD BPR BKK. (Wawancara dengan Dra Eny Fauziah, MM ketua bidang komunikasi dan informatika, 3 Januari 2017).

D. Citra Internal dan Eksternal

Citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. (Soemirat, dkk, 2010: 113). Citra bisa datang dari manapun baik internal publik dan eksternal publik seperti *customer relations*, *community relations*.

1. Upaya Memelihara Citra Internal

Citra internal Kabupaten Karanganyar dibangun dengan program, Karanganyar Maju, Bertaqwa, Cerdas dan Sehat. Pemerintah Kabupaten Karanganyar betaqwa memberikan fasilitas kajian rutin mingguan, Kajian ini diharapkan dapat membangun pondasi ke imanan jajaran pemerintahan Kabupaten Karanganyar sehingga tidak mudah tergiur dengan peluang untuk korupsi.

2. Upaya Memelihara Citra Eksternal

Selama ini Humas Kabupaten Karanganyar selalu berupaya mengembalikan citra positif Kabupaten Karanganyar setelah sering terjadi kasus GLA dan BKK. Ada beberapa kegiatan yang dilakukan Humas Kabupaten Karanganyar dalam mengembalikan citra positif dihadapan publik eksternal terkait seringnya kasus GLA dan BKK antara lain:

- a. Sosialisasi ke media massa baik media cetak maupun media elektronik.
- b. Bupati menyapa melalui Radio Swiba mempromosikan Program Kerja Kabupaten Karanganyar
- c. *Branding* Kabupaten Karanganyar melalui *event-event*
- d. Promosi GLA dengan memberikan tawaran harga yang murah

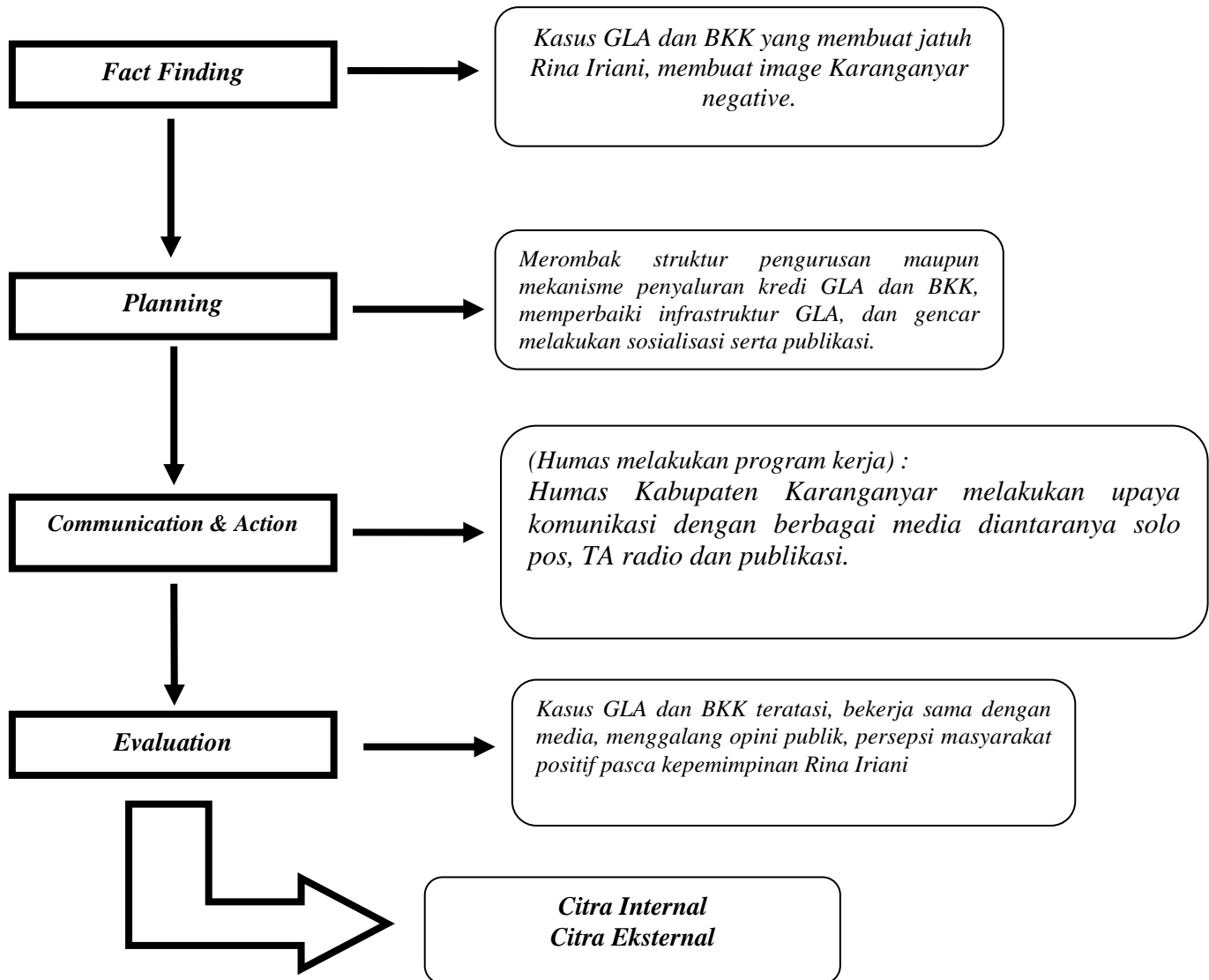
- e. Membuat iklan agar orang tertarik dengan GLA
- f. Program Baru BKK, memberikan Hadiah menarik untuk nasabah BKK
- g. Pengembalian citra BKK lebih mengarah untuk perbaikan ke *internal* kepengurusan BKK, perbaikan dilakukan untuk mengatasi sejumlah kredit macet dan menambah jumlah nasabah yang ada. Penambahan jumlah nasabah dilakukan dengan mengembalikan beberapa program kredit dan tabungan yang menarik masyarakat.
- h. Pengembalian citra Kabupaten Karanganyar dilakukan dengan mengganti pengembang dari GLA ke Perumas Regional V
- i. Memperbaiki infrastruktur GLA
- j. Gencar melakukan sosialisasi serta publikasi.

Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan hasil akhir yang hendak dicapai oleh praktisi humas. Citra ini bersifat abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk. Seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang datang dari publik atau masyarakat luas. (Ardianto, 2009 :131)

Citra eksternal Kabupaten Karanganyar saat ini bisa kita lihat dari antusias masyarakat yang tertarik pada perumahan jeruksawit permai, nasabah di BKK serta infrastruktur Kabupaten Karanganyar yang semakin bagus. Dan bisa kita lihat bentuk apresiasi dari pemerintah untuk mengembangkan infrastruktur dan pelayanan BKK.

Apabila digambarkan oleh bagan, maka hasilnya bisa dilihat sebagai

berikut:



Gambar 11
Bagan Strategi Humas Kabupaten Karanganyar dalam upaya pengembalian
citra positif

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis data dari hasil wawancara dan data sekunder yang peneliti dapatkan dalam penelitian mengenai strategi humas Kabupaten Karanganyar dalam upaya pengembalian citra positif (studi kasus GLA dan BKK di Kabupaten Karanganyar) humas menjalankan strategi diantaranya :

1. Humas menjalankan strategi peningkatan komunikasi informasi publik dengan mengadakan liputan semua kegiatan yang berhubungan dengan GLA dan BKK.
2. Humas Kabupaten Karanganyar menjalin hubungan dengan awak media untuk berkerja sama menyampaikan informasi GLA dan BKK melalui media-nya masing-masing.
3. Humas Kabupaten Karanganyar menuangkan beberapa gagasan baru yang dapat menarik minat masyarakat agar tertarik dengan program (GLA), seperti pemberian subsidi, uang muka ringan, dan angsuran yang ringan.
4. Humas Kabupaten Karanganyar ikut berperan dalam Pengembalian citra BKK dengan mempublikasikan keberadaan BKK secara umum,

dan memfasilitasi kegiatan BKK yang akan melibatkan masyarakat secara langsung.

B. SARAN

1. Akademis

Dari hasil penelitian ini, peneliti merekomendasikan kepada peneliti selanjutnya untuk meneliti lebih jauh mengenai strategi lain yang tidak hanya menjada citra namun bagaimana meningkatkan citra pasca terjadi kasus.

2. Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan untuk Humas Kabupaten Karanganyar serta Masyarakat yang ingin memiliki rumah dengan angsuran yang murah serta mendapat pandangan mengenai BKK, khususnya bahwa dalam melakukan kegiatan pengembalian citra lebih bervariasi dan beragam serta melibatkan seluruh internal publik. Program kerja yang dilakukan tidak hanya sebatas sosialisasi dan publikasi melainkan kegiatan lain yang bisa menumbuhkan kepedulian publiknya khususnya program kerja yang berorientasi pada generasi muda. Dengan adanya program-program yang lebih bervariasi diharapkan bisa memajukan perusahaan dan meningkatkan citra positif Kabupaten Karanganyar.

Citra perusahaan yang positif bisa hilang secara tiba-tiba karena sesuatu hal yang mendadak atau kelalaian, untuk itu perlu senantiasa secara berkesinambungan melakukan evaluasi untuk perbaikan-perbaikan agar ketika ada permasalahan lain terjadi secara tidak terduga, perusahaan bisa mengambil

langkah cepat dalam penanganannya. Bukan hanya pihak humas yang memiliki andil tapi harus seluruh aspek karyawan (internal publik) yang memiliki tanggungjawab penuh terhadap penjagaan reputasi dan pengembalian citra Kabupaten Karanganyar.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif : Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitiann Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Depok : PT. Rajargafindo Persada.
- Agung Wasesa,Silih. (2005). *Strategi Public Reations*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Anggoro, M.Linggar. (2008). *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Arifin, Anwar. (1984). *Strategi Komunikasi*. Bandung. Armico.
- Ardianto, Elvinaro. (2009). *Public Relation Praktis*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Butterick, Keith. (2012). *Pengantar Public Relation Teori dan Praktik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Creswell. John W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Dan Lattimore, Otis Baskin, Suzette T Heiman, Elizabeth L. Toth. (2010). *Public Relation profesi dan Praktik Edisi 3* Penerjemah: Arfianto Daud Jakarta: Salemba Humanika.
- Efendy, Onong Uchjana. (1993). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Frank Jefkins alih bahasa oleh Drs. Haris Munandar. (1996). *Public Relation Edisi Keempat*. Jakarta: Erlangga.
- Frazier, Moore. (2014). *Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Kasali, Rhenald. 2003. *Management Public Relation (konsep dan aplikasinya di Indonesia)*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Kriyantono, Rachmat. (2013). *Public Relation Writing : Teknik Produksi Media Public Relation dan Publisitas Korporat*. Jakarta : Kencana.
- Mardikanto, Totok. (2010). *Komunikasi Pembangunan : Acuan Bagi Akademisi Praktis dan Peminat Komunikasi Pembangunan*. Surakarta : UNS Press.
- McQuail, Denis. (1987). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar Ed 2*. Penerjemah Dharma dan Ram. Jakarta : Erlangga.

Moore, H. Frazier. (1988). *Hubungan masyarakat : prinsip, kasus, dan masalah*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Moore, H. Frazier. (2004). *Humas : membangun citra dengan komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Morissan. (2013). *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa*. Jakarta : Kencana.

Mulyana, Deddy. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Moleong, Lexy. (2003). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Parson, Patricia. (2006). *Etika Public Relation Panduan Praktik Terbaik*. Jakarta: Erlangga.

Prastowo, Andi. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Rumanti, Sr Maria Assumpta. (2002). *Dasar-Dasar Public Relation*. Jakarta : Grasindo.

Rosady, Ruslan. (2014). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Rosady, Ruslan. (2014). *Managemen Public Relation dan Media Komunikasi konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Jakarta. : Raja Grafindo Persada.

Siswanto, Bambang. (1992). *Humas hubungan masyarakat teori dan praktek*. Jakarta : Bumi Aksara.

Soemirat, Sholeh. (2005). *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Sumber Lain :

<https://antikorupsijateng.wordpress.com/category/karanganyar/> diakses Selasa, 4 Oktober 2016 pukul 14.00 WIB

<http://tempo.com/antikorupsijateng.wordpress.com/category/karanganyar/> diakses Minggu, 20, November 2016 pukul 12.00 WIB

<http://www.solopos.com/2014/08/20/kasus-gla-ky-biar-tidak-menghambat-rina-iriani-harus-ditahan-528391> diakses Minggu, 20, November 2016 pukul 12.00 WIB

<http://www.aktual.co/nusantara/150020jaksa-nilai-eks-Bupati-karanganyar-gunakan-cara-primitif/> diakses Selasa, 4 Oktober 2016 pukul 14.00 WIB

<http://www.aktual.co/nusantara/092525hakim-didesak-tahan-eks-Bupati-karanganyar> diakses Selasa, 4 Oktober 2016 pukul 14.00 WIB

<http://jateng.tribunnews.com/2014/08/26/bukti-tidak-telat-rina-foto-selfie-di-pengadilan-tipikor-semarang> diakses Selasa, 4 Oktober 2016 pukul 14.00 WIB

<http://jateng.tribunnews.com/2014/08/20/rudy-berdalih-rina-jadi-korban-keberingasan-penyidik-kejati-jateng> diakses Selasa, 4 Oktober 2016 pukul 14.00 WIB

<http://bandung.bisnis.com/read/20140821/34239/515497/ky-sarankan-mantan-Bupati-karanganyar-rina-iriani-ditahan> Senin, 10 Oktober 2016 pukul 14.00 WIB

<http://news.okezone.com/read/2008/06/25/1/122000/desakan-rina-mundur-dari-Bupati-karanganyar-menguat> diakses Selasa, 4 Oktober 2016 pukul 14.00 WIB

<https://inicoretanku.wordpress.com/2011/11/23/teori-dasar-kepemimpinan-dalam-islam/> diakses Minggu, November 2016 pukul 12.00 WIB.

INTERVIEW GUIDE

Wawancara dengan Kepala Dishubkominfo Agus Cipto Waluyo, SH, MT

1. Bagaimanakah program kerja Dr. Hj Rina Iriani Sri Ratna Nigsih, S.Pd., M.Hum selama masa kepemimpinannya?
2. Bagaimanakah tanggapan masyarakat terhadap program kerja Dr. Hj Rina Iriani Sri Ratna Nigsih, S.Pd., M.Hum?
3. Bagaimanakah program kerja Drs. H. Juliatmono, MM pada masa kepemimpinannya yang sekarang?
4. Bagaimanakah tanggapan masyarakat terhadap program kerja Drs. H. Juliatmono, MM ?
5. Program apa sajakah yang akan disiapkan untuk pengembalian citra positif Kabupaten Karanganyar?
6. Kegiatan humas seperti apakah yang dilakukan dalam pengembalian citra positif Kabupaten Karanganyar?
7. Bagaimanakah program dari Drs. H. Juliatmono, MM untuk di kenalkan ke khalayak?
8. Strategi apakah yang dilakukan oleh humas Kabupaten Karanganyar dalam upaya pengembalian citra positif Kabupaten Karanganyar?
9. Bagaimanakah implementasi pelaksanaan program tersebut?
10. Efektifkah program-program tersebut untuk menunjang atau mengembalikan citra positif Kabupaten Karanganyar?

11. Media apa saja yang digunakan untuk mempublikasikan program-program tersebut untuk pengembalian citra positif?
12. Apakah program Kabupaten Karanganyar tepat sasaran?
13. Apa saja kendala yang dihadapi dalam upaya pelaksanaan program-program tersebut?

A. Wawancara dengan Bidang Komunikasi dan Informatika Dra. Eny Fauziah, MM

1. Bagaimanakah program kerja Dr. Hj Rina Iriani Sri Ratna Ningsih, S.Pd., M.Hum selama masa kepemimpinannya?
2. Bagaimanakah tanggapan masyarakat terhadap program kerja Dr. Hj Rina Iriani Sri Ratna Ningsih, S.Pd., M.Hum?
3. Bagaimanakah program kerja Drs. H. Juliatmono, MM pada masa kepemimpinannya yang sekarang?
4. Bagaimanakah tanggapan masyarakat terhadap program kerja Drs. H. Juliatmono, MM ?
5. Program apa sajakah yang akan disiapkan untuk pengembalian citra positif Kabupaten Karanganyar?
6. Kegiatan humas seperti apakah yang dilakukan dalam pengembalian citra positif Kabupaten Karanganyar?
7. Bagaimanakah program dari Drs. H. Juliatmono, MM untuk di kenalkan ke khalayak?
8. Strategi apakah yang dilakukan oleh humas Kabupaten Karanganyar dalam upaya pengembalian citra positif Kabupaten Karanganyar?

9. Media apa saja yang digunakan untuk mempublikasikan program-program tersebut untuk pengembalian citra positif?
10. Apakah program Kabupaten Karanganyar tepat sasaran?
11. Efektifkah program-program tersebut untuk menunjang atau mengembalikan citra positif Kabupaten Karanganyar?
12. Apa saja kendala yang dihadapi dalam upaya pelaksanaan program-program tersebut?
13. Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap program pasca kepemimpinan Rina Iriani?
14. Bagaimana pengimplementasian pelaksanaan program tersebut?

B. Wawancara dengan Seksi Komunikasi Wuri Ratnaningsih, SE

1. Bagaimanakah program kerja Dr. Hj Rina Iriani Sri Ratna Ningsih, S.Pd., M.Hum selama masa kepemimpinannya?
2. Bagaimanakah tanggapan masyarakat terhadap program kerja Dr. Hj Rina Iriani Sri Ratna Ningsih, S.Pd., M.Hum?
3. Bagaimanakah program kerja Drs. H. Juliatmono, MM pada masa kepemimpinannya yang sekarang?
4. Bagaimanakah tanggapan masyarakat terhadap program kerja Drs. H. Juliatmono, MM ?
5. Program apa sajakah yang akan disiapkan untuk pengembalian citra positif Kabupaten Karanganyar?
6. Kegiatan humas seperti apakah yang dilakukan dalam pengembalian citra positif Kabupaten Karanganyar?

7. Strategi apakah yang dilakukan oleh humas Kabupaten Karanganyar dalam upaya pengembalian citra positif Kabupaten Karanganyar?
8. Bagaimanakah strategi humas Kabupaten Karanganyar dalam upaya pengoptimalisasi berbasis web site?
9. Apakah pengoptimalisasi berbasis web site berpengaruh terhadap citra Kabupaten Karanganyar.

C. Wawancara dengan Seksi Informasi dan Pemberitaan Chomsya Nurhemi, SH

1. Bagaimanakah program kerja Dr. Hj Rina Iriani Sri Ratna Nigsih, S.Pd., M.Hum selama masa kepemimpinannya?
2. Bagaimanakah tanggapan masyarakat terhadap program kerja Dr. Hj Rina Iriani Sri Ratna Nigsih, S.Pd., M.Hum?
3. Bagaimanakah program kerja Drs. H. Juliatmono, MM pada masa kepemimpinannya yang sekarang?
4. Bagaimanakah tanggapan masyarakat terhadap program kerja Drs. H. Juliatmono, MM ?
5. Program apa sajakah yang akan disiapkan untuk pengembalian citra positif Kabupaten Karanganyar?
6. Kegiatan humas seperti apakah yang dilakukan dalam pengembalian citra positif Kabupaten Karanganyar?
7. Strategi humas apakah yang dilakukan oleh humas Kabupaten Karanganyar dalam upaya pengembalian citra positif Kabupaten Karanganyar?

8. Bagaimanakah strategi humas Kabupaten Karanganyar dalam upaya pengoptimalisasi berbasis web site?
9. Apakah pengoptimalisasi berbasis web site berpengaruh terhadap citra Kabupaten Karanganyar?
10. Apakah program Kabupaten Karanganyar tepat sasaran?
11. Efektifkah program-program tersebut untuk menunjang atau mengembalikan citra positif Kabupaten Karanganyar?
12. Apa saja kendala yang dihadapi dalam upaya pelaksanaan program-program tersebut.

D. Seksi Penyiaran Teguh Triyono, SH

1. Media apa saja yang digunakan untuk mempublikasikan program-program tersebut untuk pengembalian citra positif?
2. Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap program pasca kepemimpinan Rina Iriani?
3. Apakah semua kegiatan akan diliput oleh media dan akan dipublikasikan dan mendapatkan respon positif?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Zaqiyah Muawanah

Tempat, Tanggal Lahir : Karanganyar, 29 September 1995

Alamat : Pandakan RT 02 RW 15, Blorong, Jumantono.
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Mahasiswa
Telp : 0856-0019-5707
E-mail : zaqiyahm@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

- a. Pendidikan Formal
 1. SDN 01 Blorong Jumantono
 2. SMP N 03 Karanganyar
 3. SMA N 01 Karangpandan

Demikian daftar riwayat hidup yang dapat saya sampaikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat Saya
Zaqiyah Muawanah

Hasil Interview Guide

Narasumber : Kepala Dishubkominfo Agus Cipto Waluyo, SH, MT, Bidang Komunikasi dan Informatika Dra. Eny Fauziah, MM, Seksi Komunikasi Wuri Ratnaningsih, SE, Seksi Informasi dan Pemberitaan Chomsya Nurhemi, SH, Seksi Penyiaran Teguh Triyono, SH.

Hari/Tanggal : Selasa, 20 Desember 2016 sampai 11 Januari 2017 .

Waktu : 09.00 WIB – Selesai

Tempat : Kantor Dishubkominfo Karanganyar Jl. Nyi Ageng Karang No.1 Karanganyar

1. Bagaimanakah program kerja Dr. Hj Rina Iriani Sri Ratna Ningsih, S.Pd., M.Hum selama masa kepemimpinannya?

(Eny Fauziah) Pada masa kepemimpinan periode pertama memang program kerja Rina Iriani sangat bagus ya mbak. Bisa dilihat dari peningkatan promosi pariwisata Kabupaten Karanganyar dan pengenalan budaya lesung serta tarian jaranan yang mendapatkan apresiasi dan perhatian dari khalayak. Tapi Krisis Kepemimpinan Bupati terjadi pada Kabupaten Karanganyar pada masa jabatan Dr. Hj Rina Iriani Sri Ratna Ningsih, S.Pd., M.Hum pada periode ke II.

(Agus Cipto Waluyo) Awalnya memang sangat bagus mbak bisa dilihat dari media relationnya pemberitaan program rina yang ga ada habisnya. Tapi pada jabatan ke 2 rina mengalami kasus korupsi dari program Rina sendiri GLA dan

BKK tersebut itu yang membuat jatuh Rina dan Citra Karanganyar menjadi menurun.

2. Bagaimanakah tanggapan masyarakat terhadap program kerja Dr. Hj Rina Iriani Sri Ratna Ningsih, S.Pd., M.Hum?

(Chomsya Nurhemi) Awalnya tanggapan masyarakat mengenai program Rina GLA masyarakat sangat antusias sekali, namun dengan berjalannya waktu ada suatu masalah yang mengakibatkan GLA terbengkalai sehingga masyarakat merasa kecewa. Begitu sebaliknya BKK kepercayaan orang menabung semakin turun dan mengakibatkan kredit macet juga.

(Wuri Ratnaningsih) Tanggapannya untuk periode pertama sangat bagus, periode kedua masih bagus tetapi ada kasus yang mengakibatkan Rina di penjara, kasus tersebut mengakibatkan masyarakat tidak bisa menikmati rumah bersubsidi murah mbak

3. Bagaimanakah program kerja Drs. H. Juliatmono, MM pada masa kepemimpinannya yang sekarang?

(Eny Fauziah) Program Bupati yang sekarang tertuang di visi dan misi mbak bagaimana Karanganyar bisa mengembalikan citra akibat kasus tersebut Bupati Karanganyar menugaskan Humas untuk menyusun Strategi. Strategi yang dilakukan oleh Humas Kabupaten selanjutnya adalah menjalin hubungan dengan awak media untuk berkerja sama menyampaikan informasi melalui media-nya masing-masing, salah satu contohnya Humas berkerjasama dengan awak media untuk memberitakan dan mempromosikan GLA di jeruk sawit dan BKK.

(Chomsya Nurhemi) Bagus Sekali Program Bapak Bupati sekarang ini, Humas sekarang banyak kerjaan untuk Pengembalian citra Kabupaten Karanganyar . Strategi dilakukan Humas untuk mengembalikan citra Kabupaten Karanganyar dengan mengganti pengembang dari GLA ke Perumas Regional V, memperbaiki infrastruktur GLA, dan gencar melakukan sosialisasi serta publikasi.

4. Program apa sajakah yang akan disiapkan untuk pengembalian citra positif Kabupaten Karanganyar?

(Wuri Ratnaningsih) Penggantian pengembang dari GLA ke Perumas Regional V, berdasarkan catatan harian Solopos, Perum pembangunan perumahan nasional (Perumnas) regional V Solo mengambil alih perumahan GLA pada tahun 2013, strategi humas selanjutnya dengan merubah nama GLA menjadi Jeruk Sawit Permai.

(Agus Cipto) Membangun ulang infrastruktur GLA, yaitu dengan membangun akses transportasi dari daerah Jeruk Sawit menuju jalan raya Mojosongo. Hal ini tentunya menjadi daya tarik masyarakat yang ingin memiliki rumah di GLA karena dengan akses transportasi yang mudah akan menunjang distribusi komoditi ekonomi bagi masyarakat penghuni GLA.

(Eny Fauziah) Pembangunan ulang infrastruktur dan akses transportasi ini tidak akan cukup mengembalikan citra jika Humas Kabupaten Karanganyar tidak mensosialisasikanya kepada masyarakat. Oleh karena itu Humas Kabupaten Karanganyar berupaya mensosialisasikan dengan mengikuti pameran perumahan rakyat oleh Kemenpera di Solo Paragon tanggal 14-19 Desember 2016.

(Chomsya Nurhemi) Program unggulan GLA yang ditawarkan oleh Humas adalah memberikan subsidi untuk rumah type 21x27 masyarakat berpenghasilan rendah bisa memiliki rumah dengan angsuran Rp 700.000,00-an perbulan dengan uang muka Rp 1.000.000,00. Humas Kabupaten Karanganyar juga gencar mensosialisasikan GLA ini melalui acara Bupati Menyapa di Radio Swiba Kabupaten Karanganyar, mempublikasikan melalui media cetak berupa pamflet. Sehingga peran Humas juga sangat penting untuk mempromosikan potensi Kabupaten Karanganyar. Promosi melalui media maupun non media.

5. Bagaimanakah program dari Drs. H. Juliatmono, MM untuk di kenalkan ke khalayak?

(Chomsya Nurhemi) Bapak Juliyatmono sebagai bupati saat ini lebih mengoptimalkan web site untuk mempublikasikan seluruh kegiatan Kabupaten Karanganyar, beliau melihat perubahan zaman yang serba digitalisasi ini sebagai salah satu peluang untuk mengembalikan citra Kabupaten Karanganyar, salah satunya untuk memberikan informasi GLA dan BKK serta informasi lainnya mengenai Kabupaten Karanganyar

(Eny Fauziah) Strategi yang dilakukan oleh Humas Kabupaten Karanganyar selanjutnya dalam pengembalian citra kasus BKK dengan mensosialisasikan program BKK baru di Lingkungan Kecamatan. BKK Kabupaten Karanganyar berusaha menjalin hubungan antara pemilik, pengelola, nasabah serta pihak lain agar terjaga dengan baik, yaitu dengan cara menyediakan produk-produk sesuai dengan keperluan masyarakat, yaitu tabungan masyarakat desa (TAMADES)

tabungan wajib deposito berjangka, produk pinjaman kredit pegawai (negeri/swasta) kredit umum.

6. Strategi apakah yang dilakukan oleh humas Kabupaten Karanganyar dalam upaya pengembalian citra positif Kabupaten Karanganyar?

(Chomsya Nurhemi) Strategi yang dilakukan oleh Humas Kabupaten selanjutnya adalah menjalin hubungan dengan awak media untuk berkerja sama menyampaikan informasi melalui media-nya masing-masing, salah satu contohnya Humas berkerjasama dengan awak media untuk memberitakan dan mempromosikan GLA di jeruk sawit dan BKK.

(Eny Fauziah) Humas Kabupaten Karanganyar menyusun program perencanaan untuk mengembalikan citra Kabupaten Karanganyar. Perencanaan tersebut diwujudkan dalam membuat kebijakan dan program kerja.

(Wuri Ratnaningsih) Upaya Humas Kabupaten Karanganyar untuk mengembalikan citra adalah dengan menyusun beberapa program kerja yang berkaitan dengan pemulihan citra GLA. Program kerja dilaksanakan diberbagai kegiatan yang melibatkan masyarakat secara langsung seperti bupati menyapa, pameran perumahan rakyat, dan publikasi di *web-site* Kabupaten Karanganyar.

(Agus Cipto) Humas Kabupaten Karanganyar menuangkan beberapa gagasan baru yang dapat menarik minat masyarakat agar tertarik dengan program (GLA), seperti pemberian subsidi, uang muka ringan, dan angsuran yang ringan.

(Eny Fauziah) Humas Kabupaten Karanganyar ikut berperan dalam Pengembalian citra BKK. Humas Kabupaten Karanganyar membantu mempublikasikan keberadaan BKK secara umum, dan memfasilitasi kegiatan BKK yang akan

melibatkan masyarakat secara langsung, contohnya kegiatan pemberian hadiah kepada nasabah yang memiliki deposito di BKK. Humas ikut membantu mengagendakan kegiatan tersebut kepada Bupati agar menghadirinya serta ikut mempublikasikan acara yang sudah terlaksana.

(Eny Fauziah) Pengembalian citra BKK lebih mengarah untuk perbaikan ke *internal* kepengurusan BKK, perbaikan dilakukan untuk mengatasi sejumlah kredit macet dan menambah jumlah nasabah yang ada. Penambahan jumlah nasabah dilakukan dengan mengembalikan beberapa program kredit dan tabungan yang menarik masyarakat.

(Teguh Triyono) Dalam rencana realisasinya pihak humas tidak bekerja sendiri berkoordinasi. Melibatkan seluruh jajaran pimpinan dinas komunikasi dan informasi serta jajaran pimpinan GLA dan BKK.

7. Bagaimanakah implementasi pelaksanaan program tersebut?

(Eny Fauziah) Humas Kabupaten Karanganyar menyusun kebijakan baru untuk merombak struktur pengurusan maupun mekanisme penyaluran kredit GLA. Perombakan dilakukan dengan mengganti pengembang dari GLA ke Perumas Regional V, memperbaiki infrastruktur GLA, dan gencar melakukan sosialisasi serta publikasi.

(Chomsya Nurhemi) Humas saat itu melaksanakan kegiatan di Seksi Informasi dan Pemberitaan berdasarkan ketentuan yang berlaku, melaksanakan diseminasi informasi nasional, menyiapkan bahan koordinasi dan fasilitasi pengembangan kemitraan dengan media massa, melaksanakan dokumentasi kegiatan Pemerintah Kabupaten, melaksanakan kegiatan Forum Komunikasi Kehumasan, rapat

Koordinasi Bidang Kehumasan (Rakor BakoHumas), Kliping Pers dan Liputan kegiatan Pemerintah Kabupaten, melaksanakan kegiatan Siaran Pers dan Jumpa Pers/kemitraan dengan Pers, menyiapkan bahan kerja sama dengan media elektronik untuk menyelenggarakan kegiatan sosialisasi kebijakan Pemerintah, melaksanakan monitoring, evaluasi dan menilai prestasi kerja pelaksanaan tugas bawahan secara berkala melalui sistem penilaian yang tersedia sebagai cerminan penampilan kerja, membuat laporan pelaksanaan tugas kepada atasan sebagai dasar pengambilan kebijakan, menyampaikan saran dan pertimbangan kepada atasan baik secara lisan maupun tertulis sebagai bahan masukan guna kelancaran pelaksanaan tugas, melaksanakan tugas lain yang diberikan atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

(Eny Fauziah) Humas Kabupaten Karanganyar memberikan fasilitas pendukung berupa kantor yang cukup representative dan mudah dijangkau, terdapat 5 kantor cabang, 2 kantor operasional, 3 kantor kas, 4 unit mobil operasional dan 33 unit sepeda motor. Sarana dan prasarana tersebut bertujuan untuk mempermudah dalam pelayanan yang prima kepada masyarakat, serta memperlancar jalannya aktifitas perbankan dan bertujuan untuk mengembalikan citra BKK di Kabupaten Karanganyar.



(Gambar 4) Kondisi Jeruksawit saat kepemimpinan pasca Rina Iriani (perbaikan infrastruktur dan mulai berpenghuni)



(Gambar 6) Kerjasama dengan awak media untuk mempromosikan GLA



(Gambar 9) merupakan sosialisasi perumahan jeruk sawit melalui media radio

PD.BKK Karanganyar Adakan Undian Tamades



Wakil Bupati Karanganyar, Rohadi Widodo mengundi hadiah utama berupa sepeda motor bagi nasabah Tamades PD BKK Karanganyar.

(Gambar 12) Pemberian Undian kepada Nasabah agar menarik masyarakat untuk memilih BKK.