



PERAN BAGIAN HUMAS DALAM SOSIALISASI PROGRAM *CLEAN, GREEN, AND HEALTHY* (CGH) PADA PEMERINTAH KOTA BALIKPAPAN

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Menempuh Ujian Sarjana
Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

Oleh:

**Syamsul Harun
135030100111136**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI PUBLIK
MALANG**

2017



MOTTO

“Kesuksesan hanya dapat diraih dengan segala upaya dan usaha yang disertai dengan doa. Karena sesungguhnya nasib seorang manusia tidak akan berubah dengan sendirinya tanpa berusaha.”

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Strategi Pemerintah Daerah Dalam Mensosialisasikan Program *Clean, Green, And Healthy* (Cgh) Sebagai Upaya Membangun Citra “*Kaltim Green*”

Disusun oleh : Syamsul Harun

NIM : 135030100111136

Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Administrasi Publik

Konsentrasi : -

Malang, 19 Juli 2017

Komisi Pembimbing

Ketua

Dr. Abdullah Said, M.Si.

NIP. 19570911 198503 1 003

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya di dalam skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 19 Juli 2017

Syamsul Harun

135030100111136

RINGKASAN

Syamsul Harun, 2013. (Strategi Pemerintah Daerah Dalam Mensosialisasikan Program *Clean, Green, and Healthy* (Cgh) Sebagai Upaya Membangun Citra “Kaltim Green” pada Kota Balikpapan) Dr. Abdullah Said, M.Si., 138 Hal + CXXXVIII

Untuk dapat mewujudkan Kota yang nyaman ditinggali dibutuhkan upaya pemerintah salah satunya yaitu menjaga kesehatan lingkungan. Dari permasalahan yang muncul dimasyarakat tentang kesehatan lingkungan Kota Balikpapan, maka Pemerintah mengagas suatu program yang bertajuk lingkungan yaitu Program *Clean, Green, and Healthy* (CGH), karena program ini merupakan program lingkungan yang berkelanjutan dan terus ditingkatkan oleh pemerintah kota Balikpapan, oleh sebab itu pemerintah tidak bekerja sendiri, tetapi membutuhkan dukungan dan partisipasi seluruh masyarakat. Dalam menggerakkan seluruh partisipasi masyarakat dibutuhkan humas yang khusus agar program ini dapat tersosialisasi dengan baik sehingga membuat masyarakat merasa tergerak tanggung jawabnya dengan program tersebut.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan menggunakan metode analisis Miles, Huberman, dan Saldana. Hasil dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar peran humas dalam mensosialisasikan program CGH. Pengelolaan informasi yang baik akan memunculkan citra positif yang dapat menanamkan kepercayaan publik bahwa tempat tujuan adalah baik, nyaman, dan indah untuk dikunjungi.

Saran dari peneliti adalah untuk lebih mengefektifkan kegiatan kehumasan yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kota Balikpapan dalam sosialisasi *Clean, Green and Healthy* (CGH), yang seharusnya dilakukan adalah menyusun strategi yang baik, dengan menggunakan analisis SWOT, lalu memperluas lokasi kegiatan CGH, dan melakukan koordinasi agar dalam kegiatan sosialisasi CGH dapat berjalan dengan lancar.

Kata Kunci : Hubungan Masyarakat, Sosialisasi, Partisipasi Masyarakat, CGH.

SUMMARY

Syamsul Harun, 2013. (Strategy Of Local Government In Disseminating The Program *Clean, Green, and Healthy* (Cgh) In An Effort To Build Up The Image Of "Kaltim Green" On The City Of Balikpapan) Dr. Abdullah Said, M.Si. 138 Hal + CXXXVIII

To be able to realize a comfortable livable City required the efforts of the Government of one of them that is maintaining the health of the environment. Of the problems that have emerged about the health of the environment dimasyarakat the city of Balikpapan, then the Government mengagas a program entitled environmental Program that is *Clean, Green, and Healthy* (CGH), because this program is a program of sustainable environment and constantly improved by the Government of the city of Balikpapan, therefore the Government does not work alone, but requires the support and participation of the whole community. In moving the whole community participation is needed in order for the special public relations program can tersosialisasi well so as to make the public feel moved his responsibilities with the program.

This research method using a qualitative approach to the types of descriptive research and analysis method using Miles, Huberman, and Saldana. The result of this research is to mengetagui how the larger public relations role in disseminating program CGH. Good information management will bring up the positive image that can instill public confidence that the goal was good, comfortable, and beautiful place to visit.

The advice of researchers is to further streamline the PR activities undertaken by the regional Government of the city of Balikpapan in the socialization of *the Clean, Green and Healthy* (CGH), that should be done is a good strategy, using a SWOT analysis, and then expand the site activities of CGH, and doing so in coordination activities of socialization CGH can run smoothly.

Key Words: Public Relations, Socialization, Community Participation, CGH.



LEMBAR PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim, ucapan tanpa batas untuk Yang Maha Kuasa, Allah SWT atas setiap nafas dan keberkahan yang diberikan-Nya. Shalawat serta salam bagi junjunganku, Nabi Muhammad SAW atas teladannya. Penulis persembahkan penelitian ini kepada:

1. Ayah, Ibu, dan Adik-Adik yang telah banyak memberikan perhatian, kasih sayang, dan motivasi serta pengorbanan dalam bentuk apapun untuk selalu memberikan yang terbaik bagi anaknya.
2. Sahabat-sahabat terbaik Lely, Ave, Fanny, Wafi, Imran, Teguh, Sutri, Fachry yang telah memberikan dukungan atas pengerjaan skripsi ini.
3. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Malang, 19 Juli 2017

Penulis
Syamsul Harun



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Peran Bagian Humas Dalam sosialisasi Program *Clean, Green, And Healthy* (CGH) Pada Pemerintah Kota Balikpapan”**. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Administrasi Publik pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya, bantuan, dorongan, doa, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS. selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
2. Dr. Choirul Saleh, M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Dr. Lely Indah Mindarti, M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
4. Dr. Abdullah Said, M.Si. selaku dosen pembimbing atas bimbingan dan arahan yang telah diberikan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Administrasi Publik atas segala ilmu yang diberikan.
6. Orang tua dan keluarga tercinta dirumah yang telah memberikan dukungan materil dan spiritual untuk penulisan skripsi ini.



7. Noni Malini Syahril selaku “*Partner Incrime*” yang telah memberikan dukungan atas pengerjaan skripsi ini.

8. Lely, Ave, Fanny, Wafi, Imran, Teguh, Sutri, Fachry yang telah memberikan dukungan atas pengerjaan Sahabat-sahabat seperjuangan skripsi ini.

9. Teman-teman Kontrakan Akamsi yang telah menghibur dan memberikan dukungan atas pengerjaan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat baik bagi rekan-rekan mahasiswa, instansi pemerintahan, pihak-pihak di lokasi penulis melaksanakan penelitian dalam pengembangan wawasan dan peningkatan ilmu pengetahuan.

Malang, Juli 2017

Syamsul Harun

**DAFTAR ISI**

MOTTO	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
RINGKASAN	iv
SUMMARY	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian	10
E. Sistematika Penulisan	11
BAB II	
A. Peran, Pemerintah Dan Pemerintahan Daerah	14
1. Pengertian Peran, Pemerintah Dan Pemerintahan Daerah	14
2. Pembagian Urusan Daerah	16
B. Good Governance	19
1. Pengertian Good governance	19
2. Karakteristik Good governance	20
C. Pembangunan	21
1. Pengertian Pembangunan	21
2. Pendekatan dalam Pembangunan Masyarakat	22
3. Perencanaan Pembangunan Pespektif dan Tahunan	23
D. Partisipasi Masyarakat	24
1. Pengerian Partisipasi Masyarakat	24
2. Prinsip-prinsip Partisipasi	25
3. Bentuk dan Tipe Partisipasi	26
E. Hubungan Masyarakat	31
1. Pengertian Hubungan Masyarakat	31
2. Fungsi Hubungan Masyarakat	33
3. Ciri-Ciri Hubungan Masyarakat	34
4. Kedudukan Humas dalam organisasi	36
5. Manajemen Humas	36
6. Fungsi Manajemen Humas	37



7. Ruang Lingkup Humas Pemerintah	40
F. Sosialisasi	42
1. Pengertian Sosialisasi	42
2. Sosialisasi Sebagai Suatu Proses	45
3. Sosialisasi Aktifitas Dua Pihak	46
G. Persuasi	47
1. Pengertian Persuasi	47
2. Jenis-Jenis Persuasi	47
3. Public Relations dan Persuasi	48
BAB III	
A. Jenis Penelitian	50
B. Fokus Penelitian	51
C. Lokasi dan Situs Penelitian	52
D. Jenis dan Sumber Data	53
E. Teknik Pengumpulan Data	54
F. Instrumen Peneliti	56
G. Uji Keabsahan Data	57
H. Analisis Data	58
BAB IV	
A. Gambaran Umum Kota Balikpapan	61
1. Sejarah Singkat Kota Balikpapan	62
2. Motto	64
3. Visi	64
4. Misi	64
5. Letak Geografis Kota Balikpapan	65
6. Logo Balikpapan	66
B. Struktur Organisasi Humas Pemerintah Kota Balikpapan	67
1. Tugas Pokok dan Fungsi Humas Pemerintah Kota Balikpapan ...	68
C. Penyajian Data Dan Fokus Penelitian	71
1. Peran Bagian Humas Dalam Sosialisasi Program Clean, Green and Healthy (CGH) Pada Pemerintah Kota Balikpapan.	73
D. Pembahasan	100
1. Peran Bagian Humas Dalam Sosialisasi Program Clean, Green and Healthy (CGH) Pada Pemerintah Kota Balikpapan.	100
BAB V	
A. Kesimpulan	123
B. Saran	124
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN	131



DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Gambaran Umum Perwilayah Kota Balikpapan	66



DAFTAR GAMBAR

1. Model Analisis Data Interaktif.....	59
2. Logo Kota balikpapan.....	66
3. Struktur Organisasi Humas Pemerintah Kota Balikpapan.....	67
4. Publikasi Humas pada Saat Event CGH <i>On The Street</i>	75
5. <i>Mind Mapping</i> Proses Strategi Humas Pemerintah Daerah Balikpapan... ..	78
6. Kegiatan Sosialisasi CGH di Kelurahan dan RT	81
7. Tampilan Facebook Humas.....	83
8. Lomba CGH dalam Menghiasai Kawasan Lingkungan.....	85
9. <i>Mind Mapping</i> Sosialisasi Program CGH.....	89
10. Laporan Kegiatan Tim Identifikasi CGH.....	91
11. <i>Mind Mapping</i> Respon Masyarakat terhadap kegiatan Sosialisasi <i>Clean, Green and Healthy</i> (CGH).....	97
12. Kawasan Lingkungan CGH RT 01	99



DAFTAR LAMPIRAN

1. Pedoman Wawancara Penelitian 131

2. Hasil Observasi Lokasi Penelitian 136

3. Surat Izin Penelitian Humas Pemerintah Kota Balikpapan..... 138

4. Surat Izin Penelitian Badan Lingkungan Hidup Kota Balikpapan 139

5. Surat Izin Penelitian Dinas Kebersihan Pertamanan dan Pemakaman Kota
Balikpapan..... 140



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota sebagai tempat berkumpulnya penduduk cepat mengalami perkembangan karena mempunyai daya tarik tersendiri bagi penduduk.

Perkembangan kota akan semakin baik apabila didukung oleh potensi alamiah dari kota itu. Kota juga merupakan ruang paling krusial dalam perebutan “kepentingan”. Para pengusaha berfikir bahwa diseluruh penjuru kota harus disediakan pasar, mall, dan perkantoran yang mendukung perekonomian mereka.

Supaya dapat menampung tenaga kerja yang berkembang secara pesat. Sedang pecinta lingkungan menginginkan sebuah kota yang “hijau” dan nyaman sehingga mendukung keberlanjutan ekologis secara alami. Termasuk mendukung kesehatan warganya (Sumarmi, 2006:14).

Tantangan globalisasi saat ini membuat kota diseluruh dunia saling berkompetisi dalam hal *attention, influence, market, investments, businesses, visitors, residents, talent, and event*. Selain itu globalisasi menuntut kota untuk lebih unggul dari kota lainnya dan memaksa semua pemerintah daerah untuk mulai meninjau ulang pendekatan dan cara pandang mereka dalam mengelola daerah. Perubahan dari suatu pemerintah daerah salah satunya adalah dengan cara otonomi daerah. Otonomi daerah dapat diartikan sebagai hak, wewenang, dan kewajiban yang diberikan kepada daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat untuk meningkatkan daya guna dan hasil guna penyelenggaraan pemerintahan dalam



2

rangka pelayanan terhadap masyarakat dan pelaksanaan pembangunan sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Sebagai salah satu untuk melawan persaingan dalam globalisasi, sebuah kota membutuhkan sumber daya yang baik bagi dirinya sebagai suatu jaminan dari keunggulan yang dimilikinya. Dalam mencitrakan suatu kotapun dengan keanekaragaman sumber daya alam yang terdapat disuatu kota, maka dibutuhkan strategi-strategi yang jitu oleh pemerintah kota dengan melihat setiap perkembangan suatu kota dari ketatnya persaingan global. Fungsi utama pemerintahan yang mencakup “*pemberian pelayanan, pemberdayaan dan bersama-sama masyarakat mencapai kebahagiaan yang sebesar-besarnya tanpa merugikan pihak lain secara illegal*” (Hasan, 2005:114).

Perubahan tersebut akan memaksa pemerintah daerah untuk mentransformasi diri menjadi *entrepreneurial-competitive-government*. Yang artinya adalah pemerintah yang jeli dan selalu berfikir keras untuk melihat dan memanfaatkan peluang yang muncul untuk memakmurkan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakatnya (Kartajaya, 2005:4). Sementara *competitive government* adalah pemerintah daerah yang mendorong adanya kompetisi diantara pemerintah daerah yang memberikan *excellent service* pada para konsituennya, baik investor, wisatawan, atau masyarakat luas.

Berdasarkan pengamatan peneliti bahwa penciptaan lingkungan yang bersih, indah, dan sehat adalah tanggung jawab semua orang. Untuk menumbuhkan rasa tanggung jawab tersebut dibutuhkan suatu proses dan juga langkah yang sangat nyata. Kedua hal ini harus dilakukan secara beriringan agar tujuan dapat tercapai dengan hasil yang maksimal tanpa ada paksaan dari berbagai



3
pihak. Hal ini merupakan sebuah kesadaran pemerintah kota dan masyarakatnya bagi pembangunan yang berkelanjutan.

Menurut UU Tata Ruang Nomor 26 Tahun 2007 tentang kriteria kota yang nyaman ditinggali adalah masyarakat yang dapat mengartikulasikan aktivitas sosial, ekonomi, budayanya dengan tenang dan damai. Kota aman tentram terbebas dari gangguan bencana adaptif dengan perubahan iklim, warga bisa berkegiatan produktif dan mengaktualisasi dirinya. Jika warga merasa nyaman dengan kotanya, maka warga menjadi peduli, menginginkan kotanya semakin nyaman. Terbitlah hasrat untuk turut serta dalam perencanaan dan pembangunan untuk meningkatkan kualitas keindahan suatu kota sampai akhirnya terbentuklah karakter kota. Seperti yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Balikpapan dalam memajukan kotanya melalui program yang terencana dan sistematis guna membangun citra kota Balikpapan menjadi kota “Kaltim Green”.

Pribadi yang kental tercermin dengan tertatanya kota Balikpapan sebagai salah satu kota metropolitan di Indonesia yang kebersihannya tidak hanya berada dilevel nasional, tetapi sudah mendapatkan pengakuan internasional. Kota minyak telah dinobatkan sebagai salah satu kota terbersih. Balikpapan sukses meraih prestasi di tingkat *Association of Asian Nations (ASEAN)* dan telah mendapatkan sertifikat kategori *Clean Land* dari ESC (*Environmentally Sustainable Cities*) dengan dinobatkan sebagai kota terbersih nomor 2 di ASEAN, dalam ajang itu sertifikat kebersihan diberikan kepada kota-kota di Asia Tenggara dalam tiga kategori, yakni *Clean Air*, *Clean Water*, dan *Clean Land*.

Keberhasilan meraih penghargaan tingkat regional ASEAN semakin mengukuhkan supermasi Balikpapan sebagai kota yang memiliki lingkungan



bersih, sehat, dan nyaman yang telah mendapatkan pengakuan dunia internasional.

Penghargaan tersebut tentu menambah prestasi kota yang selama ini sudah belasan kali mendapatkan Adipura (penghargaan tinggi nasional di bidang kebersihan dan Kementrian Lingkungan Hidup). Walikota Balikpapan mengatakan bahwa penghargaan tersebut merupakan sebuah prestasi dan apresiasi buat kota Balikpapan. Sedangkan menurut Aji Sofyan Kepala Bagian Humas Pemerintah Kota Balikpapan mengatakan sertifikat tersebut akan diserahkan langsung oleh *environmentaly suistainable cities* (ESC) (<http://www.coecos.com>, diakses pada tanggal 20 Desember 2016).

Hal ini merupakan tantangan bagi Pemerintah Kota Balikpapan untuk terus meningkatkan dan memperjuangkan eksistensinya di dunia nasional maupun internasional. Sehingga Pemerintah Kota Balikpapan perlu menerapkan strategi-strategi yang teratur dan terus berupaya menjaga dan meningkatkan *image/citra* kota Balikpapan. Menurut peneliti bahwa citra adalah sebuah karakter yang harus dibentuk berdasarkan tindakan nyata dan menghasilkan sesuatu yang positif. Citra kota yang positif jelas menunjang usaha dari pemerintah kota.

Pemerintah adalah organisasi yang memiliki hak untuk melaksanakan kewenangan yang menjalankan sebuah sistem ketertiban agar masyarakat dapat melakukan aktivitas kehidupannya secara wajar. Berbagai cara dilakukan oleh Pemerintah Kota Balikpapan untuk menjaga kebersihan Kota Balikpapan agar masyarakat dapat terus menikmati suasana lingkungan yang bersih, indah, dan sehat. Pemeliharaan lingkungan yang sehat merupakan suatu proses dengan langkah-langkah yang strategis, tidaklah mudah apabila tidak didukung dengan sistem kinerja yang baik antara pemerintah dengan masyarakat.



Permasalahan yang terjadi saat ini adalah masih banyak kita temukan di kota-kota besar bahwa masyarakatnya masih memiliki kepedulian yang kurang terhadap kebersihan lingkungan. Padahal dengan kita menjaga kebersihan itu berarti kita telah mencintai sumber daya alam yang kita miliki. Efek kepedulian masyarakat yang masih kurang mengenai kebersihan lingkungan akan berpotensi pada dampak yang sangat buruk. Melihat tingkat populasi kepadatan penduduk di setiap kota semakin meningkat drastis di tambah dengan banyaknya transmigrasi ke suatu daerah juga akan berpengaruh pada perkembangan lingkungan kota.

Apabila hal ini semakin diacuhkan maka suatu kota akan berkurang nilai keindahannya dan tentunya juga berpengaruh terhadap reputasi pemerintah di kota tersebut. Pemerintah di sini bertugas menjalankan fungsi dan perannya untuk membentuk suatu program dan melihat seluruh partisipasi masyarakatnya.

Pemerintah kota Balikpapan berupaya meningkatkan kepedulian tersebut dengan berbagai tingkat usaha mulai dari merancang berbagai program yang sistematis. Melihat kebersihan dan keindahan suatu kota merupakan hal yang paling utama untuk di pantau, karena sorotan kaca mata publik dari luar daerah akan berpengaruh pada sebuah citra atau *image*. Citra bukanlah sekedar baik dan buruk, citra harus lebih spesifik yang akan mendatangkan para investor, membuat penduduk nyaman, dan pariwisata menjadi berkembang. Persepsi yang melekat kuat dalam benak publik berkaitan dengan pengalaman dalam waktu yang lama tidak selalu identik dengan stereotip yang buruk. Pengelolaan informasi yang baik akan memunculkan citra/*image* positif yang dapat menanamkan kepercayaan publik bahwa tempat tujuan adalah baik, nyaman, dan indah untuk dikunjungi (Wasesa, 2005:213).

Setiap daerah atau negara memiliki citra positif yang berbeda. Paris identik dengan parfum dan *fashion*, Yogyakarta selalu mengembalikan pikiran kita pada gudeg serta kesenian, Bandung pada makanan dan *factory outlet* dan kota Balikpapan sebagai Kota Kaltim *green* yang terkenal dengan kenyamanan dan kebersihannya. Asosiasi positif tadi harus dikembangkan menjadi informasi yang disebarkan kepada masyarakat. Perkembangan tersebut tentu menggemblirakan setiap pecinta lingkungan, karena masyarakat lebih merasakan hasil dan manfaatnya. Inilah yang menjadi sorotan Pemerintah Kota Balikpapan untuk menjalankan program yang berkaitan dengan pelestarian lingkungan.

Program *Clean, Green, and Healthy* (CGH) ikut mengantar kota Balikpapan menjadi kota sehat, selain kota minyak, kota aman, Balikpapan juga layak disebut kota sehat. Program ini merupakan program lingkungan yang telah bergulir di Balikpapan sejak 2008 lalu. Seperti yang dikatakan oleh bapak Aji Sofyan selaku kepala bagian humas, "*Balikpapan tak serta-merta meraih predikat itu, sebelumnya sudah dilakukan penilaian terhadap kondisi kota pada 2010 lalu, kami di nilai juga tahun lalu*". Begitu juga yang disampaikan oleh Jerry Stamber seorang pengamat perkotaan Balikpapan dan juga pendiri Balikpapaners, "*budaya bersih warga Balikpapan memang sudah mengakar, konsistensi pemerintah setempat melarang penambangan batu bara juga layak diapresiasi*". Keberhasilan meraih penghargaan tingkat regional ASEAN semakin meningkatkan citra kota Balikpapan menjadi kota yang bersih, sehat, dan nyaman.

Jerry Stamber menambahkan "*ke depan tetap harus ada inovasi dan program pemkot, fasilitas publik yang berkenaan dengan kenyamanan kota terutama soal*





pelestarian lingkungan” (<http://www.coecos.com/unikbalikpapan>, diakses pada tanggal 20 Desember 2016).

Dari opini yang terbentuk terlihat bahwa antusiasme masyarakat kota Balikpapan sangatlah besar. Sejauh ini tanggapan mereka sangatlah positif dan mendukung program tersebut. Program *Clean, Green, and Healthy* (CGH) ini akan mengantarkan kota Balikpapan kedepannya menjadi lebih baik. Tidak mudah membentuk suatu program jika tidak didukung oleh usaha dan kerja keras dari pemerintah. Melihat berbagai masalah yang muncul seperti kepedulian masyarakat yang masih kurang, membuang sampah di sembarang tempat, melanggar peraturan daerah, melakukan penebangan hutan secara liar, meningkatkan jumlah kendaraan yang dapat mengakibatkan polusi, dan banyaknya industri minyak di Balikpapan yang beroperasi dapat menyebabkan dampak lingkungan. Sehingga program ini belum sepenuhnya menyentuh keseluruhan masyarakat, artinya masih banyak masyarakat yang belum peka serta tidak ikut andil dalam program tersebut.

Menggerakkan partisipan seluruh masyarakat tidaklah mudah berbagai cara dilakukan oleh pemerintah kota Balikpapan dalam mensosialisasikan program *Clean, Green, and Healthy* (CGH) kepada masyarakat kota Balikpapan membutuhkan suatu strategi. Selanjutnya strategi humas pun diterapkan oleh pemerintah kota Balikpapan untuk mensosialisasikan program *Clean, Green, and Healthy* (CGH) kepada masyarakat kota Balikpapan, sehingga strategi yang dilakukan pun harus semaksimal mungkin agar membuat keseluruhan masyarakat dapat berpartisipasi dengan baik.



Seperti yang dikatakan oleh J L Thompson (1995) dalam buku *Strategi Public Relation* yang menyatakan bahwa strategi adalah cara untuk mencapai sebuah hasil akhir : “hasil akhir mencapai tujuan dan sasaran organisasi ada strategi kompetitif untuk masing-masing aktivitas. Sementara itu, strategi fungsional mendorong secara langsung strategi kompetitif” (Oliver, 2007).

Program *Clean, Green, and Healthy* (CGH) membutuhkan strategi dan sosialisasi yang efektif agar dapat mencapai tujuan atau hasil akhir yang pasti. Sehingga dalam strategi pula dibutuhkan perencanaan dan programan yang baik.

Pada buku *Effective Public Relation* edisi kesembilan karangan Cultip, Center, and Broom terdapat sekelumit pendapat dari Jim Lukaswezky tentang strategi. Ia mengatakan bahwa “ strategi adalah kekuatan penggerak dalam setiap bisnis organisasi. Strategi adalah kekuatan intelektual yang membantu mengorganisir, memprioritaskan, dan memberi energi terhadap apa-apa yang mereka lakukan. Tanpa strategi, tidak ada energi. Tanpa strategi, tidak ada arah. Tanpa strategi, tidak ada momentum. Tanpa strategi, tidak ada pengaruh” (Cultip, Center, and Broom, 2009:351).

Dalam hal ini pemerintah kota Balikpapan dituntut untuk bisa menyusun strategi yang baik yang nantinya akan dapat mensosialisasikan program *Clean, Green, and Healthy* (CGH) kepada masyarakat sekitar yang bermukim di Kota Balikpapan. Diharapkan dengan adanya program tersebut dapat membuat masyarakat yang tadinya tidak peka terhadap kesehatan lingkungan, akan menjadi lebih sadar mengenai pentingnya kebersihan dan keindahan disuatu kota. Semua itu membutuhkan perencanaan dan proses yang matang agar kedepannya tujuan dan hasil yang memuaskan dapat dirasakan bersama-sama.



Dari permasalahan yang muncul dimasyarakat tentang kesehatan lingkungan Kota Balikpapan, maka peneliti tertarik untuk meneliti hal ini, karena program ini merupakan program lingkungan yang berkelanjutan dan terus ditingkatkan oleh pemerintah kota Balikpapan, oleh sebab itu pemerintah tidak bekerja sendiri, tetapi membutuhkan dukungan dan partisipasi seluruh masyarakat. Melihat Kota Balikpapan telah mendapatkan pengakuan kota terbersih di tingkat internasional dan mendapatkan penghargaan Adipura merupakan suatu kebanggaan seluruh warganya. Dan untuk mempertahankan prestasi tersebut pemerintah harus meningkatkan program dengan strategi-strategi yang kreatif. Dengan begitu kota yang dijuluki oleh pendatang sebagai kota minyak ini pantas dinobatkan sebagai salah satu kota terbersih.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Strategi Humas Pemerintah Kota Balikpapan Dalam Mensosialisasikan Program *Clean, Green, and Healthy* (CGH) Kepada Masyarakat Untuk Membangun Citra Sebagai Kota “Kaltim Green”. Dilihat dari judul yang diambil oleh peneliti terlihat bahwa menariknya judul ini, dikarenakan objek yang diambil peneliti merupakan objek yang berkaitan dengan keindahan lingkungan suatu kota yang umumnya memang harus diupayakan bersama oleh pemerintah dan masyarakat di suatu kota.

Dalam menggerakkan seluruh partisipasi masyarakat dibutuhkan humas yang khusus agar program ini dapat tersosialisasi dengan baik sehingga membuat masyarakat merasa tergerak tanggung jawabnya dengan program tersebut.

Berbagai macam kajian teori-teori hubungan masyarakat dalam mensosialisasikan program *Clean, Green, and Healthy* (CGH) diantaranya menentukan strategi,



melakukan persuasi, publisitas, dan lain sebagainya. Dengan demikian prinsip-prinsip humas harus semakin canggih pula dipersiapkan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang penelitian ini maka masalah dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana peran bagian Humas dalam sosialisasi program *Clean, Green, and Healthy* (CGH) pada Pemerintah Kota Balikpapan ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dalam latar belakang penelitian ini maka tujuan dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis bagaimana peran bagian Humas dalam sosialisasi program *Clean, Green, and Healthy* (CGH) pada Pemerintah Kota Balikpapan.

D. Kontribusi Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah diuraikan di atas, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi kegunaan dan manfaat sebagai berikut :

1. Kontribusi Teoritis

- a) Penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang peran bagian Humas dalam sosialisasi program *Clean, Green, and Healthy* (CGH) pada Pemerintah Kota Balikpapan.
- b) Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau bahan rujukan bagi penulis selanjutnya yang mengkaji tentang peran bagian Humas dalam



sosialisasi program *Clean, Green, and Healthy* (CGH) pada Pemerintah Kota Balikpapan

2. Kontribusi Praktis

- a) Sebagai bahan kajian dan pertimbangan bagi pemerintah dalam meningkatkan partisipasi masyarakat untuk lebih peduli terhadap lingkungan;
- b) Bagi penulis, penelitian ini dapat meningkatkan kemampuan dalam mendeskripsikan serta menganalisis tentang peran bagian Humas dalam sosialisasi program *Clean, Green, and Healthy* (CGH) pada Pemerintah Kota Balikpapan.

E. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini dituangkan secara sistematis terdiri atas lima bab yang berhubungan dan menyangkut masalah peran bagian Humas dalam sosialisasi program *Clean, Green, and Healthy* (CGH) pada Pemerintah Kota Balikpapan.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini diawali dengan pertama, latar belakang yang mengemukakan permasalahan yang berkaitan dengan judul “Peran

Bagian Humas Dalam Sosialisasi Program *Clean, Green, and Healthy* (CGH) Pada Pemerintah Kota Balikpapan.” sehingga menarik untuk diteliti. Kedua, rumusan masalah yang merupakan

kajian yang akan dibahas dalam penelitian ini. Ketiga, tujuan

penelitian yang berisi hal-hal yang akan dicapai atau dihasilkan dari penelitian ini. Keempat, kontribusi penelitian yang berisi kegunaan dan manfaat dari dilakukannya penelitian. Kelima sistematika penulisan yang merupakan uraian singkat dari bab-bab penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan konsep dan teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini, diantaranya teori peran, teori pembangunan, teori partisipasi masyarakat, teori *Good Governance*, teori hubungan masyarakat, teori sosialisasi.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yang meliputi jenis penelitian, fokus penelitian, lokasi dan situs penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, serta analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menyajikan hasil penelitian meliputi penyajian data fokus penelitian dan pembahasan data fokus penelitian yang diperoleh selama penelitian dan merupakan jawaban dari pertanyaan yang terdapat pada rumusan masalah.

BAB IV : PENUTUP

Bab ini terdiri dari dua sub bab pokok yaitu kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan garis besar dari hasil pembahasan yang ditarik berdasarkan permasalahan, teori dan analisis data.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Peran, Pemerintah Dan Pemerintahan Daerah

1. Pengertian Peran, Pemerintah Dan Pemerintahan Daerah

Menurut Soerjono Soekanto, “peranan lebih banyak menunjukkan suatu fungsi, penyesuaian diri dan sebagai suatu proses, jadi tepatnya adalah seseorang menduduki suatu posisi atau tempat dalam masyarakat serta menjalankan suatu peranan.” (soekanto, 2002:221)

Kutipan dalam buku yang sama, lebih lanjut Soejono soekanto mengemukakan aspek-aspek peranan sebagai berikut :

1. Peranan meliputi norma-norma yang di hubungkan dengan posisi seseorang dalam masyarakat.
2. Peranan adalah suatu konsep prihal apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.
3. Peranan juga dapat dilakukan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat.

Secara konseptual dan empirik di berbagai negara, kata lokal dalam kaitannya dengan *local government* dan *local autonomy* tidak dicerna sebagai daerah, tetapi merupakan masyarakat setempat. Urusan dan kepentingan yang menjadi perhatian *local government* dan tercakup dalam *local autonomy* bersifat *locality*. Basis politiknya adalah lokalitas dan bukan bangsa. Pemerintahan lokal



adalah representasi dari eksistensi lokalitas, sekaligus sebagai agen negara (pemerintah pusat).

Seperti yang tampak pada pengertian *local government* yang diberikan oleh *United Nation* bahwa daerah otonom mengelola *local affairs* sebagaimana dikemukakan oleh Hampton bahwa : *local authority are elected bodies and expected to develop policies appropriate to their localities whitin the framework of national legislation.* juga ditegaskan bahwa daerah otonom harus diberikan hak untuk mengatur urusan-urusan yang bersifat lokal.

Daerah otonom adalah daerah di dalam suatu negara yang memiliki kekuasaan otonom, atau kebebasan dari pemerintah di luar daerah tersebut. Biasanya suatu daerah diberi sistem ini karena keadaan geografinya yang unik atau penduduknya merupakan minoritas negara tersebut, sehingga diperlukan hukum-hukum yang khusus, yang hanya cocok diterapkan untuk daerah tersebut. Menurut jenisnya, daerah otonom dapat berupa otonomi teritorial, otonomi kebudayaan, dan otonomi lokal.

Pengertian "otonom" secara etimologis adalah "berdiri sendiri" atau "dengan pemerintahan sendiri" (Poerwadarminta, 1999:542). Sedangkan daerah otonom adalah kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai batas-batas wilayah yang berwenang mengatur dan mengurus urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia (Pasal 1 ayat (6), UU No.32 tahun 2004 Pemerintahan Daerah). Dari pengertian diatas, dapat diketahui bahwa otonomi daerah adalah wewenang/kekuasaan pada suatu wilayah/daerah yang mengatur dan mengelola untuk kepentingan wilayah/daerah masyarakat itu sendiri



mulai dari ekonomi, politik, dan pengaturan perimbangan keuangan termasuk pengaturan sosial, budaya, dan ideologi yang sesuai dengan tradisi adat istiadat daerah lingkungannya. Dengan kata lain, otonomi daerah memberikan keleluasan kepada daerah untuk mengatur dan mengurus rumah tangga sendiri yang disesuaikan dengan kondisi dalam daerah tersebut.

Pemerintah daerah menurut UU Nomor 32 Tahun 2004 adalah Gubernur, Bupati, atau Walikota, dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah. Sedangkan Pemerintahan daerah menurut UU Nomor 32 Tahun 2004 adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan oleh pemerintah daerah dan DPRD menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluasluasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

2. Pembagian Urusan Daerah

Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 18 ayat (2) menyatakan bahwa “Pemerintah daerah provinsi, daerah kabupaten, dan kota mengatur, mengurus sendiri urusan pemerintahan menurut asas otonomi dan tugas pembantuan”.

Pemerintah daerah dapat mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan menurut asas otonomi dan tugas pembantuan. Pemerintah daerah menjalankan otonomi seluas-luasnya, kecuali urusan pemerintahan yang menjadi urusan pemerintah dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, pelayanan umum, dan daya saing daerah. pemerintahan daerah dalam UU 32/2004 yaitu : (1) Pemerintahan daerah provinsi yang terdiri dari pemerintah daerah provinsi dan DPRD Provinsi; (2) Pemerintah daerah kabupaten/kota yang terdiri



atas pemerintah daerah kabupaten/kota dan DPRD Kabupaten, sedangkan yang dimaksud pemerintah daerah adalah kepala daerah dan perangkat daerah.

Penyelenggara urusan pemerintahan berdasarkan UU 32/2004 dibagi berdasarkan kriteria eksternalitas, akuntabilitas, dan efisiensi dengan memperhatikan keserasian hubungan antar susunan pemerintahan.

Penyelenggaraan urusan pemerintah yang dimaksud merupakan pelaksanaan hubungan kewenangan antara pemerintah dan pemerintahan daerah provinsi, kabupaten dan kota atau antar pemerintahan daerah yang saling terkait, tergantung dan sinergis sebagai satu sistem.

Urusan pemerintah yang menjadi kewenangan pemerintah daerah terbagai dalam urusan wajib dan urusan pilihan. Penyelenggaraan urusan pemerintahan yang bersifat wajib yang berpedoman pada standar pelayanan minimum dilaksanakan secara bertahap dan ditetapkan oleh pemerintah.

Sebagai peraturan pelaksana dari UU No 32 Tahun 2004, dibuatlah Peraturan Pemerintah No 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan Antara Pemerintah, Pemerintahan Daerah Provinsi, dan Pemerintahan Daerah Kabupaten/Kota. Pasal 6 ayat (2) berbunyi bahwa Urusan pemerintahan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri atas urusan wajib dan urusan pilihan. Urusan wajib Daerah sebagaimana dalam Pasal 7 ayat (2) meliputi:

- a. pendidikan;
- b. kesehatan;
- c. lingkungan hidup;
- d. pekerjaan umum;
- e. penataan ruang;



- f. perencanaan pembangunan;
- g. perumahan;
- h. kepemudaan dan olahraga;
- i. penanaman modal;
- j. koperasi dan usaha kecil dan menengah;
- k. kependudukan dan catatan sipil;
- l. ketenagakerjaan;
- m. ketahanan pangan;
- n. pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak;
- o. keluarga berencana dan keluarga sejahtera;
- p. perhubungan;
- q. komunikasi dan informatika;
- r. pertanahan;
- s. kesatuan bangsa dan politik dalam negeri;
- t. otonomi daerah, pemerintahan umum, administrasi keuangan daerah, perangkat daerah, kepegawaian, dan persandian;
- u. pemberdayaan masyarakat dan desa;
- v. sosial;
- w. kebudayaan;
- x. statistik;
- y. kearsipan; dan
- z. perpustakaan.

Sedangkan yang menjadi urusan pilihan sebagaimana dimaksud pasal 7 ayat (4) meliputi:



- a. kelautan dan perikanan;
- b. pertanian;
- c. kehutanan;
- d. energi dan sumber daya mineral;
- e. pariwisata;
- f. industri;
- g. perdagangan; dan
- h. ketransmigrasian.

B. *Good Governance*

Good governance mulai mengemuka di Indonesia sejak tahun 1999-an. Dengan tuntutan perubahan dari masyarakat untuk melaksanakan perubahan pemerintah yang selama ini terkesan otoriter dengan memegang kuat kendali di segala bidang sehingga adanya *good governance* posisi dan peran besar dalam mengatur negara mengalami pergeseran dari pengatur menjadi fasilitator dengan memberikan kesempatan yang sama kepada pihak swasta dan masyarakat untuk terlibat dalam berbagai kegiatan yang dapat membantu pekerjaan pemerintah. Selain itu, dengan adanya tuntutan reformasi di instansi-instansi publik dalam rangka menciptakan proses dan mutu pelayanan yang lebih baik maka, instansi publik menerapkan prinsip *good governance* yang merupakan praktik terbaik dari konsep governance meskipun dalam mewujudkan pemerintahan yang baik membutuhkan waktu yang tidak singkat tetapi juga harus dilaksanakan secara bertahap dan terus menerus.

1. Pengertian *Good governance*

Secara Konseptual pengertian kata baik (*good*) dalam istilah pemerintahan yang baik (*good governance*) mengandung dua pemahaman Pertama, nilai yang menjunjung tinggi keinginan rakyat, dan nilai-nilai yang dapat meningkatkan kemampuan



rakyat dalam pencapaian tujuan (nasional) kemandirian, pembangunan berkelanjutan dan berkeadilan sosial. Kedua, aspek Dengan demikian pada dasarnya unsur-unsur dalam pemerintahan (*governance stakeholder*) menurut Sedarmayanti (2004:38) dikelompokkan menjadi 3 (tiga) kategori yaitu:

Negara atau Pemerintahan: Konsepsi pemerintahan pada dasarnya adalah kegiatan kenegaraan, tetapi lebih jauh dari itu melibatkan pula sektor swasta dan kelembagaan masyarakat madani (*Civil Society Organization*)

- a. Sektor swasta: Pelaku sektor swasta mencakup perusahaan swasta yang aktif dalam interaksi dalam sistem pasar, seperti: industri pengolahan (*manufacturing*), perdagangan, perbankan, dan koperasi, termasuk kegiatan sektor informal.
- b. Masyarakat Madani (*Civil Society*): Kelompok masyarakat dalam konteks kenegaraan pada dasarnya berada diantara atau ditengah-tengah antara pemerintah dan perseorangan, yang mencakup baik perseorangan maupun kelompok masyarakat yang berinteraksi secara sosial, politik dan ekonomi.

2. Karakteristik *Good governance*

UNDP dalam Sedarmayanti (2004:5) mengemukakan bahwa karakteristik atau prinsip dalam praktek penyelenggaraan pemerintah yang baik yakni meliputi 9 (sembilan) karakteristik, diantaranya:

- a. Partisipasi: Semua orang atau warga masyarakat memiliki hak suara yang sama sesuai dengan aspirasinya.
- b. Aturan Hukum: Adanya kerangka aturan hukum yang jelas, berkeadilan ditegakkan dan dipatuhi secara utuh.
- c. Transparansi: Adanya kebebasan informasi.
- d. Daya Tanggap: Upaya untuk melayani berbagai pihak yang berkepentingan.
- e. Berorientasi Konsensus: Pemerintahan bertindak sebagai penengah bagi berbagai kepentingan yang berbeda.
- f. Berkeadilan: Pemerintahan yang memberikan kesempatan kepada setiap warganya untuk meningkatkan taraf hidupnya.
- g. Efektivitas dan Efisiensi: Setiap kegiatan dengan tujuan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan pemanfaatan sumber daya sebaik- baiknya.
- h. Akuntabilitas: Memiliki pertanggungjawaban kepada publik atau asyarakat umum.
- i. Visi Strategis: Memiliki rencana jangka panjang terhadap setiap penyelenggaraan pemerintahan yang baik dan pembangunan masyarakat.

Prinsip-prinsip *good governance* seperti penjelasan diatas dapat memberikan gambaran ciri pemerintahan yang baik sehingga, penggunaan



prinsip *good governance* dapat memberikan perubahan dalam penyelenggaraan pemerintahan dan penyelenggaraan pembangunan yang lebih baik walaupun dalam pelaksanaannya membutuhkan waktu dan dilaksanakan terus menerus.

C. Pembangunan

1. Pengertian Pembangunan

Pada hakekatnya, pengertian pembangunan secara umum pada hakekatnya adalah proses perubahan yang terus menerus untuk menuju keadaan yang lebih baik berdasarkan norma-norma tertentu. Mengenai pengertian pembangunan, para ahli memberikan definisi yang bermacam-macam seperti halnya perencanaan.

Istilah pembangunan bisa saja diartikan berbeda oleh satu orang dengan orang lain, daerah yang satu dengan daerah lainnya, Negara satu dengan Negara lain.

Namun secara umum ada suatu kesepakatan bahwa pembangunan merupakan proses untuk melakukan perubahan (Riyadi dan Deddy Supriyadi Bratakusumah, 2005). Untuk lebih jelasnya berikut ini disajikan pengertian pembangunan menurut beberapa ahli.

Siagian (2008) memberikan pengertian tentang pembangunan sebagai “Suatu usaha atau rangkaian usaha pertumbuhan dan perubahan yang berencana dan dilakukan secara sadar oleh suatu bangsa, negara dan pemerintah, menuju modernitas dalam rangka pembinaan bangsa (*nation building*)”. Sedangkan

Ginjar Kartasmita (1996) memberikan pengertian yang lebih sederhana, yaitu sebagai “suatu proses perubahan kearah yang lebih baik melalui upaya yang dilakukan secara terencana”.



Pembangunan (*development*) adalah proses perubahan yang mencakup seluruh system sosial, seperti politik, ekonomi, infrastruktur, pertahanan, pendidikan dan teknologi, kelembagaan, dan budaya (Alexander 1994).

Sedangkan dalam pengertian ekonomi murni, pembangunan adalah suatu usaha proses yang menyebabkan pendapatan perkapita masyarakat meningkat dalam jangka panjang. (Sukirno, 1994 : 13).

Dengan demikian, proses pembangunan terjadi di semua aspek kehidupan masyarakat, ekonomi, sosial, budaya, politik, yang berlangsung pada level makro (nasional) dan mikro. Makna penting dari pembangunan adalah adanya kemajuan/perbaikan (*progress*), pertumbuhan dan diversifikasi.

Sebagaimana dikemukakan oleh para ahli di atas, pembangunan adalah semua proses perubahan yang dilakukan melalui upaya-upaya secara sadar dan terencana (Riyadi dan Deddy Supriyadi Bratakusumah, 2005).

2. Pendekatan dalam Pembangunan Masyarakat

Pembangunan yang langsung tertuju kepada masyarakat telah dimulai pada tahun 1950-an dan 1960-an, dimana di seluruh dunia muncul dua macam pendekatan dalam pembangunan perdesaan, yaitu pendidikan penyuluhan (*extention education*) dan pembangunan masyarakat (*community development*). Di tahun 1966 Joseph Di Franco membandingkan kedua macam pendekatan tersebut secara menyeluruh berdasarkan tujuan, proses, bentuk (organisasi) dan prinsip-prinsipnya. Kesimpulannya adalah terdapat lebih banyak persamaannya dibandingkan perbedaannya. Hal tersebut disebabkan karena kedua pendekatan menginginkan perubahan perilaku dalam perilaku individu, pengembangan masyarakat secara langsung berkewajiban memajukan pelayanan pemerintah lokal



(daerah) juga berkewajiban memajukan organisasi sosial atau kelompok masyarakat.

Pada dekade tujuh puluhan timbul perubahan pendekatan terhadap pembangunan. Bryant dan White (1987 : 132), mendefinisikan pembangunan sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan manusia dalam mempengaruhi masa depannya. Ada lima implikasi dari definisi tersebut, yaitu :

- a. Pembangunan berarti membangkitkan kemampuan optimal manusia, baik individu maupun kelompok.
- b. Pembangunan berarti mendorong timbulnya kebersamaan, pemerataan dan kesejahteraan.
- c. Pembangunan berarti mendorong dan menaruh kepercayaan untuk membimbing dirinya sendiri sesuai dengan kemampuan yang ada padanya kepercayaan ini dinyatakan dalam bentuk kesempatan yang sama, kebebasan memilih dan kekuasaan memutuskan.

Pembangunan berarti mengurangi ketergantungan Negara yang satu dengan Negara lain dan menciptakan hubungan saling menguntungkan dan dihormati.

3. Perencanaan Pembangunan Pespektif dan Tahunan

Menurut Undang Undang No. 25 Tahun 2004 Tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional Pasal 1 ayat 3, Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional adalah kesatuan tata cara perencanaan pembangunan untuk menghasilkan rencana – rencana pembangunan dalam jangka panjang, jangka menengah, dan tahunan yang dilaksanakan oleh unsur penyelenggara negara dan masyarakat di tingkat Pusat dan Daerah. Perencanaan Pembangunan dapat dilihat perbedaannya dari segi jangka waktu rencana, yaitu : (Tjokroamidjojo, 1990)

- a. Rencana Jangka Panjang. Perencanaan ini meliputi jangka waktu 10 tahun keatas.
- b. Rencana Jangka Menengah. Perencanaan ini meliputi jangka waktu antara 3 sampai dengan 8 tahun.
- c. Rencana Jangka Pendek. Perencanaan dengan jangka waktu setengah sampai dengan 2 tahun.

Istilah perencanaan perspektif atau perencanaan jangka panjang biasanya mempunyai rentang waktu antara 10 sampai 25 tahun. Pada hakikatnya, rencana perspektif adalah cetak biru pembangunan yang harus dilaksanakan dalam jangka waktu yang panjang. Namun padakenyataannya, tujuan dan sasaran luas tersebut harus dicapai dalam jangka waktu tertentu dengan membagi rencana perspektif itu kedalam beberapa rencana jangka pendek atau tahunan. (Arsyad, 1999 :50).

Pemecahan rencana perspektif menjadi rencana tahunan dimaksudkan agar perencanaan yang dibuat lebih mudah untuk dievaluasi dan dapat diukur kinerjanya.

Tujuan pokok rencana perspektif dan tahunan ini adalah untuk meletakkan landasan bagi rencana jangka pendek, sehingga masalah-masalah yang harus diselesaikan dalam jangka waktu yang sangat panjang dapat dipertimbangkan dalam jangka pendek.

D. Partisipasi Masyarakat

1. Pengerian Partisipasi Masyarakat

Konsep tentang partisipasi masyarakat biasa diungkapkan dengan kata partisipasi, misalnya seperti yang dikemukakan beberapa ahli dibawah ini :

Sedangkan Tjokroamidjoyo (1990:206) memberikan pengertian partisipasi adalah keterlibatan dan keikutsertaan masyarakat sesuai dengan mekanisme proses politik suatu Negara.

Dari uraian menurut ahli tersebut dapat dikatakan bahwa partisipasi masyarakat merupakan suatu tindakan atau perbuatan dan emosi seseorang atau kelompok untuk memberikan sumbangan terhadap kegiatan-kegiatan tertentu.

2. Prinsip-prinsip Partisipasi

Adapun prinsip-prinsip partisipasi tersebut, sebagaimana tertuang dalam Panduan Pelaksanaan Pendekatan Partisipatif yang disusun oleh *Department for International Development* (DFID) (dalam Monique Sumampouw, 2004: 106-107) adalah:

- a. Cakupan. Semua orang atau wakil-wakil dari semua kelompok yang terkena dampak dari hasil-hasil suatu keputusan atau proses proyek pembangunan.
- b. Kesetaraan dan kemitraan (*Equal Partnership*). Pada dasarnya setiap orang mempunyai keterampilan, kemampuan dan prakarsa serta mempunyai hak untuk menggunakan prakarsa tersebut dalam setiap proses guna membangun dialog tanpa memperhitungkan jenjang dan struktur masing-masing pihak.
- c. Transparansi. Semua pihak harus dapat menumbuhkembangkan komunikasi dan iklim berkomunikasi terbuka dan kondusif sehingga menimbulkan dialog.



- d. Kesetaraan kewenangan (*Sharing Power/Equal Powership*). Berbagai pihak yang terlibat harus dapat menyeimbangkan distribusi kewenangan dan kekuasaan untuk menghindari terjadinya dominasi.
- e. Kesetaraan Tanggung Jawab (*Sharing Responsibility*). Berbagai pihak mempunyai tanggung jawab yang jelas dalam setiap proses. Karena adanya kesetaraan kewenangan (*Sharing power*) dan keterlibatannya dalam proses pengambilan keputusan dan langkah-langkah selanjutnya.
- f. Pemberdayaan (*Empowerment*). Keterlibatan berbagai pihak tidak lepas dari segala kekuatan dan kelemahan yang dimiliki setiap pihak, sehingga melalui keterlibatan aktif dalam setiap proses kegiatan, terjadi suatu proses saling belajar dan saling memberdayakan satu sama lain.

Kerjasama. Diperlukan adanya kerja sama berbagai pihak yang terlibat untuk saling berbagi kelebihan guna mengurangi berbagai kelemahan yang ada, khususnya yang berkaitan dengan kemampuan sumber daya manusia.

3. Bentuk dan Tipe Partisipasi

Ada beberapa bentuk partisipasi yang dapat diberikan masyarakat dalam suatu program pembangunan, yaitu partisipasi uang, partisipasi harta benda, partisipasi tenaga, partisipasi keterampilan, partisipasi buah pikiran, partisipasi sosial, partisipasi dalam proses pengambilan keputusan, dan partisipasi representatif.

Dari berbagai bentuk partisipasi yang telah disebutkan di atas, partisipasi dapat dikelompokkan menjadi 2 jenis, yaitu bentuk partisipasi yang diberikan dalam bentuk nyata (memiliki wujud) dan juga bentuk partisipasi yang diberikan dalam bentuk tidak nyata (abstrak). Bentuk partisipasi yang nyata misalnya uang,



harta benda, tenaga dan keterampilan sedangkan bentuk partisipasi yang tidak nyata adalah partisipasi buah pikiran, partisipasi sosial, pengambilan keputusan dan partisipasi representatif.

Partisipasi uang adalah bentuk partisipasi untuk memperlancar usaha-usaha bagi pencapaian kebutuhan masyarakat yang memerlukan bantuan

Partisipasi harta benda adalah partisipasi dalam bentuk menyumbang harta benda, biasanya berupa alat-alat kerja atau perkakas. Partisipasi tenaga adalah partisipasi yang diberikan dalam bentuk tenaga untuk pelaksanaan usaha-usaha yang dapat menunjang keberhasilan suatu program. Sedangkan partisipasi keterampilan, yaitu memberikan dorongan melalui keterampilan yang dimilikinya kepada anggota masyarakat lain yang membutuhkannya. Dengan maksud agar orang tersebut dapat melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan sosialnya.

Partisipasi buah pikiran merupakan partisipasi berupa sumbangan ide, pendapat atau buah pikiran konstruktif, baik untuk menyusun program maupun untuk memperlancar pelaksanaan program dan juga untuk mewujudkannya dengan memberikan pengalaman dan pengetahuan guna mengembangkan kegiatan yang diikutinya. Partisipasi sosial diberikan oleh partisipan sebagai tanda paguyuban. Misalnya arisan, menghadiri kematian, dan lainnya dan dapat juga sumbangan perhatian atau tanda kedekatan dalam rangka memotivasi orang lain untuk berpartisipasi.

Pada partisipasi dalam proses pengambilan keputusan, masyarakat terlibat dalam setiap diskusi/forum dalam rangka untuk mengambil keputusan yang terkait dengan kepentingan bersama. Sedangkan partisipasi representatif dilakukan dengan cara memberikan kepercayaan/mandat kepada wakilnya yang



duduk dalam organisasi atau panitia. Partisipasi menurut Effendi dalam Siti Irine Astuti D. (2009:37), terbagi atas partisipasi vertikal dan partisipasi horizontal.

Disebut partisipasi vertikal karena terjadi dalam kondisi tertentu, masyarakat terlibat atau mengambil bagian dalam suatu program pihak lain, dalam hubungan di mana masyarakat berada sebagai status bawahan, pengikut atau klien.

Sedangkan partisipasi horizontal, masyarakat mempunyai prakarsa di mana setiap anggota atau kelompok masyarakat berpartisipasi horizontal satu dengan yang lainnya. Partisipasi semacam ini merupakan tanda permulaan tumbuhnya masyarakat yang mampu berkembang secara mandiri.

Menurut Basrowi dalam Siti Irine Astuti D.(2009: 37), partisipasi masyarakat dilihat dari bentuknya dapat dibedakan menjadi dua, yaitu “partisipasi non fisik dan partisipasi fisik”. Partisipasi fisik adalah partisipasi masyarakat (orang tua) dalam bentuk menyelenggarakan usaha-usaha pendidikan, seperti mendirikan dan menyelenggarakan usaha-usaha beasiswa, membantu pemerintah membangun gedung-gedung untuk masyarakat, dan menyelenggarakan usaha-usaha perpustakaan berupa buku atau bentuk bantuan lainnya. Sedangkan partisipasi non fisik adalah partisipasi keikutsertaan masyarakat dalam menentukan arah dan pendidikan nasional dan meratanya animo masyarakat untuk menuntut ilmu pengetahuan melalui pendidikan, sehingga pemerintah tidak ada kesulitan mengarahkan rakyat untuk bersekolah.

Berdasarkan bentuk-bentuk partisipasi yang telah dianalisis, dapat ditarik sebuah kesimpulan mengenai tipe partisipasi yang diberikan masyarakat. Tipe partisipasi masyarakat pada dasarnya dapat kita sebut juga sebagai tingkatan partisipasi yang dilakukan oleh masyarakat. Wazir (1999: 32-33)



mengidentifikasi partisipasi masyarakat menjadi 7 (tujuh) tipe berdasarkan karakteristiknya, yaitu partisipasi pasif/manipulatif, partisipasi dengan cara memberikan informasi, partisipasi melalui konsultasi, partisipasi untuk insentif materil, partisipasi fungsional, partisipasi interaktif, dan *self mobilization*. Seperti dijelaskan dibawah ini;

- a. Partisipasi pasif/manipulatif, masyarakat berpartisipasi dengan cara diberitahu apa yang sedang atau telah terjadi; pengumuman sepihak oleh manajemen atau pelaksana proyek tanpa memperhatikan tanggapan masyarakat; informasi yang dipertukarkan terbatas pada kalangan profesional di luar kelompok sasaran.
- b. Partisipasi dengan cara memberikan informasi, masyarakat berpartisipasi dengan cara menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian seperti dalam kuesioner atau sejenisnya; masyarakat tidak punya kesempatan untuk terlibat dan mempengaruhi proses penyelesaian; akurasi hasil penelitian tidak dibahas bersama masyarakat.
- c. Partisipasi melalui konsultasi, masyarakat berpartisipasi dengan cara berkonsultasi; orang luar mendengarkan dan membangun pandangan pandangnya sendiri untuk kemudian mendefinisikan permasalahan dan pemecahannya, dengan memodifikasi tanggapan-tanggapan masyarakat; tidak ada peluang bagi pembuat keputusan bersama; para profesional tidak berkewajiban mengajukan pandangan-pandangan masyarakat (sebagai masukan) untuk ditindaklanjuti.
- d. Partisipasi untuk insentif materil, masyarakat berpartisipasi dengan cara menyediakan sumber daya seperti tenaga kerja, demi mendapatkan



makanan, upah, ganti rugi, dan sebagainya; masyarakat tidak dilibatkan dalam eksperimen atau proses pembelajarannya; masyarakat tidak mempunyai andil untuk melanjutkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada saat insentif yang disediakan/diterima habis.

e. Partisipasi fungsional, masyarakat berpartisipasi dengan membentuk kelompok untuk mencapai tujuan yang berhubungan dengan proyek; pembentukan kelompok (biasanya) setelah ada keputusan-keputusan utama yang disepakati; pada awalnya, kelompok masyarakat ini bergantung pada pihak luar (fasilitator, dll) tetapi pada saatnya mampu mandiri.

f. Partisipasi interaktif, masyarakat berpartisipasi dalam analisis bersama yang mengarah pada perencanaan kegiatan dan pembentukan lembaga sosial baru atau penguatan kelembagaan yang telah ada; partisipasi ini cenderung melibatkan metode inter-disiplin yang mencari keragaman perspektif dalam proses belajar yang terstruktur dan sistematis; kelompok-kelompok masyarakat mempunyai peran kontrol atas keputusan-keputusan mereka, sehingga mereka mempunyai andil dalam seluruh penyelenggaraan kegiatan.

g. *Self mobilization*, masyarakat berpartisipasi dengan mengambil inisiatif secara bebas (tidak dipengaruhi/ditekan pihak luar) untuk mengubah sistem-sistem atau nilai-nilai yang mereka miliki; masyarakat mengembangkan kontak dengan lembaga-lembaga lain untuk mendapatkan bantuan-bantuan teknis dan sumberdaya yang dibutuhkan; masyarakat memegang kendali atas pemanfaatan sumberdaya yang ada.

Pada dasarnya, tidak ada jaminan bahwa suatu program akan berkelanjutan melalui partisipasi semata. Keberhasilannya tergantung pada tipe macam apa partisipasi masyarakat dalam proses penerapannya. Artinya, sampai sejauh mana pemahaman masyarakat terhadap suatu program sehingga ia turut berpartisipasi.

E. Hubungan Masyarakat

1. Pengertian Hubungan Masyarakat

Menurut definisi *Institute of Public Relations Association* (IPRA), hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen dari sikap budi yang berencana dan berkesinambungan, yang dengan itu organisasi-organisasi dan lembaga yang bersifat umum dan pribadi berupaya membina pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang ada kaitannya atau yang mungkin ada hubungannya dengan jalan menilai pendapat umum di antara mereka, untuk mengorelasikan, sedapat mungkin, kebijaksanaan dan tata cara mereka, yang dengan informasi yang berencana dan tersebar luas, mencapai kerja sama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien (Uchjana 2006:21).

Menurut Rex Harlow sebagaimana dikutip oleh Ruslan (2008:16) mendefinisikan hubungan masyarakat (*public relations*) adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama: melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik, mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi



kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.

Hubungan masyarakat mempunyai dua pengertian yang biasa dikenal yaitu sebagai *technique of communication* atau teknik komunikasi, dan sebagai *methode of communication* atau metode komunikasi.

a. *Technique of Communication* atau "teknik komunikasi"

Dalam hal ini humas merupakan kegiatan yang melaksanakan hubungan dengan publik di luar dan di dalam organisasi dengan jalan komunikasi. Komunikasi yang dijalankan pun tidak sembarangan, melainkan dengan cara-cara disertai seni-seni komunikasi tertentu yang merupakan objek studi ilmu komunikasi. Hal terpenting dalam pengertian ini humas merupakan tugas semua pimpinan organisasi yang memiliki publik intern dan publik ekstem sebagai sasaran kegiatan.

b. *Methode of Communication* atau "metode komunikasi"

Humas sebagai metode komunikasi sering disebut humas sebagai lembaga (*public relation as state of being*). Humas sebagai lembaga umumnya hanya terdapat pada organisasi-organisasi besar karena kegiatan berkomunikasi dengan publik tidak mungkin dilakukan oleh si pemimpin organisasi sendiri.

Hal ini dikarenakan publik yang menjadi sasaran kegiatan terlalu banyak jumlahnya baik di dalam maupun di luar organisasi, sehingga dibentuklah suatu bagian khusus untuk melaksanakan kegiatan itu, dengan nama bagian humas, seksi humas, atau istilah lain sesuai dengan struktur organisasi yang bersangkutan dan lazim disebut kepala hubungan masyarakat (kahumas). Jadi, wewenang dan tugas pimpinan organisasi di delegasikan kepada kahumas

untuk melaksanakan komunikasi dengan publik yang begitu banyak jumlahnya tersebut (Uchjana, 2006:18-19).

2. Fungsi Hubungan Masyarakat

Mengenai konsep fungsional humas, Scott M. Cutlip dan Allen Center (dalam Uchjana, 2006:34) memberikan penjelasan sebagai berikut:

- a. Memudahkan dan menjamin arus opini yang bersifat mewakili dari publik-publik suatu organisasi, sehingga kebijaksanaan beserta operasionalisasi organisasi dapat dipelihara keserasiannya dengan ragam kebutuhan dan pandangan publik-publik tersebut;
- b. Menasihati manajemen mengenai jalan dan cara menyusun kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi untuk dapat diterima secara maksimal oleh publik;
- c. Merencanakan dan melaksanakan program-program yang dapat menimbulkan penafsiran yang menyenangkan terhadap kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi.

Menurut Bertrand R. Canfield, yang dalam bukunya, *Public Relations: Principles and Problems*, yang sebagaimana dikutip oleh (Ruslan, 2006:35) mengemukakan fungsi humas sebagai berikut:

- a. Mengabdikan kepada kepentingan umum. Membela kepentingan publik baik eksternal maupun internal agar tercipta suatu hubungan yang harmonis.
- b. Memelihara komunikasi yang baik. Hubungan komunikatif antara pehumas dengan publik -baik internal maupun eksternal- dan dengan manajer beserta stafnya, dilakukan secara timbal balik yang dilandasi empati sehingga menimbulkan rasa simpati.

c. Menitik beratkan moral dan perilaku yang baik. Ditekankannya moral dan perilaku ini ialah karena humas yang diwakili kahumas, yang sebagai wakil organisasi berhubungan baik dengan publik, menjadi citra organisasi. Jika para kahumas berperilaku terpuji dengan moral yang bernilai tinggi, maka organisasi yang diwakilinya itu memperoleh pandangan yang positif dari publik, baik publik intern maupun ekstern.

Mengenai konsep fungsional yang telah dijelaskan di atas berdasarkan fungsi hubungan masyarakat, peneliti beranggapan bahwa dalam menjalankan fungsinya seorang humas perlu memperhatikan fungsi-fungsi tersebut, karena melihat suatu proses dalam menjalin hubungan masyarakat sangat kompleks dan membutuhkan perencanaan dan langkah yang tepat. Sehingga program-program humas Pemerintah Kota yang berhubungan dengan masyarakat dapat dikemas secara terampil dengan konsep yang baik.

3. Ciri-Ciri Hubungan Masyarakat

Uchjana (2006:39) menjelaskan bagaimana ciri-ciri dari hubungan masyarakat sebagai berikut, yaitu (1) Humas adalah kegiatan komunikasi, (2) Humas penunjang tercapainya tujuan, (3) Publik yang menjadi sasaran humas adalah publik *ekstern* dan publik *intern*. (4) rasionalisasi humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik.

Humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik. Sebagai kegiatan komunikasi dalam organisasi, prosesnya berlangsung dalam dua arah timbal balik (*two way traffic reciprocal communication*). Ini berarti bahwa pada jalur pertama komunikasi berbentuk penyebaran informasi oleh manajer sebagai pemimpin organisasi

kepada publik. Pada jalur kedua komunikasi berlangsung pada bentuk penyampaian tanggapan atau opini publik (*Public opinion*) dari pihak publik kepada si manajer. Tahap ketiga, yaitu melakukan evaluasi terhadap proses dan efek komunikasinya itu perlu diketahui untuk bahan perencanaan kegiatan berikutnya. Dengan mengetahui dan memperhatikan faktor-faktor tersebut, maka proses segala kegiatan selama berkaitan dengan komunikasi, akan mengalami perkembangan secara *dinamik spiralistik*. (Uchjana, 2006:40)

Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi. Eksistensi humas sebagai pelembagaan kegiatan komunikasi dalam organisasi justru untuk menunjang upaya manajemen dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Untuk mencapai tujuan dalam teori manajemen, disebutkan bahwa prosesnya berlangsung melalui tahap-tahap yang terkenal dengan POAC, sebagai singkatan dari *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Penggiatan), *Controlling* (Pengawasan). Publik yang menjadi sasaran kegiatan humas adalah publik ekstern dan publik intern. Ciri ketiga dari humas ialah bahwa sasaran kegiatannya adalah publik eksternal (*external public*) dan publik internal (*internal public*). Mengenai publik sebagai kesatuan manusia manusia yang merupakan salah satu unsur dari *Six M (Men, Materials, Machines, Methods, Money, Markets)*. (Uchjana, 2006:41)

Operasionalisasi humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik dan mencegah teriadinya rintangan psikologi, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun dari pihak publik. Ada dua ciri humas dalam operasionalisasinya, yakni pertama membina hubungan yang harmonis antara

organisasi dengan publik, dan yang kedua mencegah teriadinya rintangan psikologis pada pihak publik (Uchjana, 2006:24).

4. Kedudukan Humas dalam organisasi

Pada prinsipnya, secara struktural, fungsi humas dalam organisasi merupakan bagian integral yang tidak dapat dipisahkan dari suatu kelembagaan atau organisasi. Humas terkait langsung dengan fungsi *top management*. Fungsi kehumasan dapat berhasil secara optimal apabila berada langsung di bawah pimpinan atau mempunyai hubungan langsung dengan pimpinan tertinggi (pengambil keputusan) pada organisasi instansi bersangkutan.

Dikaitkan dengan definisi humas yang sekaligus merupakan acuan fungsi kehumasan maka kegiatan dari *public relations* dimulai dari pembenahan organisasi internal PR/Humas (*PR begins at home*), hingga kegiatan bersifat membangun citra perusahaan (*image corporate building*), citra cermin (*mirror image*), citra serbaneka lainnya (Ruslan 2008:129-130).

5. Manajemen Humas

Kegiatan manajemen humas mencakup fungsi-fungsi pokok manajemen secara umum perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, penyusunan kepegawaian, pengkomunikasian, pengawasan dan penilaian. (Ruslan, 2008:31)

"Managing public relations means researching, planning, implementing and evaluating an array of communication activities sponsored by the organization; from small group meetings to international satellite linked press conference, from simple brochures to multimedia national campaigns, from open house to grassroots political campaigns, from public services announcement to crisis management."

Manajemen Humas berarti penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi, mulai



dari pertemuan kelompok kecil hingga berkaitan dengan konferensi pers internasional via satelit, dari pembuatan brosur hingga kampanye nasional melalui multimedia, dari menyelenggarakan acara open house hingga kampanye politik, dari pengumuman pelayanan publik hingga menangani kasus manajemen krisis.

6. Fungsi Manajemen Humas

Menurut L. F. Urwick (1976) yang sebagaimana di kutip dalam Ruslan (2008:32) menjelaskan bahwa aktifitas *public relations* sebagai salah satu fungsi manajemen organisasi melalui bentuk 3 unsur yang berkaitan dengan fungsi tersebut adalah sebagai berikut.

1. Manajemen Mekanik

Fungsi manajemen mekanik ini melalui dengan melakukan *forecasting* atau pengamatan (peramalan) di masa mendatang, *planning* (perencanaan), dan *organizing* (pengorganisasian).

2. Manajemen Dinamik

Merupakan fungsi manajemen dinamik ini terdiri unsur-unsur, *commanding* and *directing* (komando dan pengarahan), *coordination* (koordinasi), dan *controlling* (pengawasan)

3. Manajemen Relasi

Fungsi hubungan atau relasi publik (*public relationship*) ini merupakan salah satu tugas manajemen *public relations* yang utama dalam manajemen perusahaan, yaitu untuk melaksanakan:

- a. Berupaya mendengarkan pendapat dan aspirasi publik serta mampu untuk mengidentifikasi keinginan-keinginan publik khalayak sasarannya;
- b. Menyampaikan sumbang-saran dan idea atau gagasan kreatif tertentu yang positif kepada pimpinan organisasi demi manfaat bersama bagi perusahaan dan publik,
- c. Mampu menciptakan suasana iklim yang kondusif dan hubungan yang harmonis serta positif untuk kalangan internal perusahaan, mulai dari tingkat pimpinan ke bawahannya atau sebaliknya, dengan membangun hubungan baik bagi kedua belah pihak dalam suatu organisasi.

Di samping itu menurut Ruslan (2008:33) terdapat beberapa konsep peran, tugas, dan fungsi *public relations* yang mampu memengaruhi dalam praktik menunjang manajemen organisasi perusahaan, yaitu melalui pendekatan sebagai berikut.

1. Manipulatif

Merupakan upaya mempengaruhi individu, kelompok atau publik yang menjadi sasarannya dengan mengubah atau mempengaruhi pendapat dan opini publik melalui teknik-teknik kegiatan komunikasi PR demi kepentingan tujuan yang positif bagi lembaga, organisasi atau perusahaan yang diwakilinya.

2. Kuratif

Sebagai upaya untuk pemulihan atau perbaikan-perbaikan terhadap suatu kegagalan atau kesalahan yang telah terjadi sehingga menimbulkan citra negatif organisasi, dan tindakan PR selanjutnya adalah berupaya memulihkan kembali nama baik produk atau perusahaan dan citra baik (*good image*) di mata publiknya.

3. Preventif

Merupakan suatu tindakan pencegahan atau preventif untuk meniadakan risiko kerugian yang lebih besar di masa yang akan datang. Misalnya perusahaan berupaya menghindari kesalahan dalam memberikan jasa pelayanan, atau menyebarkan informasi yang kurang baik terhadap publik atau media massa sehingga dapat merugikan nama perusahaan.

4. Promosional

Berupaya mendorong atau memotivasi untuk memajukan usaha komersial yang bertujuan profit (mencari keuntungan) dengan melakukan kampanye promosi, komunikasi pemasaran dan promosi periklanan dengan menawarkan terbaiknya kepada konsumennya produk barang dan jasa pelayanan (pelanggan)

5. Pendidikan

Memberikan informasi atau menyebarluaskan informasi, program pendidikan dan ilmu pengetahuan secara luas kepada publiknya. Misalnya perlunya meningkatkan pendidikan masyarakat terhadap kesadaran pelestarian lingkungan alam, kampanye tentang Kadarkum (kesadaran hukum) dan mengajak publik untuk mencintai produksi dalam negeri.



6. Misi

Misalnya misi suatu negara adalah berupaya membangun masyarakat adil dan makmur bagi masyarakat Indonesia. Termasuk misi perusahaan jasa angkutan umum, selain mampu menjamin keselamatan, keamanan dan kenyamanan penumpangnya, maka seharusnya perusahaan akan mampu memberikan pelayanan terbaiknya untuk mencapai tujuan tepat pada waktunya.

7. Ruang Lingkup Humas Pemerintah

a. Humas Pemerintahan Pusat

Mengenai humas pemerintahan pusat dapat dijelaskan bahwa humas pada departemen-departemen mempunyai dua tugas: (1) menyebarkan informasi secara teratur mengenai kebijaksanaan, perencanaan, dan hasil yang telah dicapai; (2) menerangkan dan mendidik publik mengenai perundang-undangan, peraturan-peraturan dan hal-hal yang bersangkutan dengan kehidupan rakyat sehari-hari.

Selain tugasnya pula menasihati pimpinan dalam hubungannya dengan reaksi itu, adalah atau tanggapan publik terhadap kebijaksanaan yang dijalankan.

Dari penjelasan samblack tersebut, tampak bahwa kahumas dalam suatu departemen diberi kedudukan yang cukup tinggi dengan wewenang dan fungsi menasihati pimpinan departemen. Sam Black menyatakan bahwa pengorganisasian dan mekanisme kerja humas sudah tentu tidak mungkin sama antara negara yang satu dengan negara lainnya. Hal ini ditentukan oleh sistem Pemerintahan yang bersangkutan (Uchjana, 2006: 37).

b. Humas Pemerintah Daerah

Humas Pemerintahan daerah pada hakikatnya sama saja dengan humas pemerintahan pusat dalam hal pengorganisasian dan mekanisme kerja Bedanya hanya dalam ruang lingkup. Bagi Indonesia, sebagai negara besar dengan jumlah penduduk yang begitu banyak yang terdiri atas berbagai suku bangsa dengan norma kehidupan dan kebudayaan yang berbeda, mungkin untuk provinsi tertentu atau untuk kabupaten tertentu diperlukan suatu tambahan bagian khusus. Yang penting ialah terlaksananya fungsi dan tercapainya tujuan humas sebagai konsep ilmu pengetahuan (Uchjana, 2006:39).

Menurut Sam Black ada empat tujuan utama humas pemerintahan daerah yakni:

a. *To keep citizens informed of the council's policy and its day by day activities;*

(Memelihara penduduk agar tahu jelas mengenai kebijaksanaan lembaga beserta kegiatannya sehari-hari)

b. *To give them opportunity of expressing views on important new-projects before final decisions are taken by the council;*

(Memberi kesempatan kepada mereka untuk menyatakan pandangannya mengenai proyek baru yang penting sebelum lembaga mengambil keputusan)

c. *To enlighten citizens of the way in which the systems of local government works and to inform them of their rights and responsibilities;*

(Memberikan Penerangan kepada penduduk mengenai cara pelaksanaan sistem pemerintahan daerah dan mengenai hak-hak dan tanggung jawab mereka:)



d. *To promote a sense of civic pride.*

(Mengembangkan rasa bangga sebagai warga Negara)

Demikianlah beberapa hal yang menyangkut pengorganisasian dan operasionalisasi humas pemerintahan (Ujchana, 2006:40), Kemudian peneliti mengamati bahwa cara maupun tehnik melaksanakannya sudah tentu bisa berbeda karena ruang lingkungnya yang berbeda. Misalnya humas di ibukota propinsi di Indonesia dalam banyak hal akan berbeda dengan humas di kabupaten atau kotamadya yang buka ibukota provinsi.

F. Sosialisasi

1. Pengertian Sosialisasi

Individu dalam masyarakat akan mengalami proses sosialisasi agar ia dapat hidup dan bertigkah laku sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku dalam masyarakat di mana individu itu berada. Oleh karena itu penting bagi sosiologi untuk mempelajari sosialisasi masyarakat tidak dapat bertahan melebihi satu generasi. syarat untuk berlangsungnya proses sosialisasi adalah interaksi sosial karena penting tanpa interaksi sosial, sosialisasi tidak mungkin berlangsung (Ihromi, 2004:30).

Menurut VanderZande, sosialisasi adalah proses interaksi sosial melalui mana kita mengenal cara-cara berpikir, berperasaan dan berperilaku sehingga dapat berperan serta secara efektif dalam masyarakat. Menurut David A. Goslin, sosialisasi adalah proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan nilai nilai dan norma norma agar ia dapat berpartisipasi sebagai anggota dalam kelompok masyarakatnya (Ihromi, 2004:30).

Sosialisasi adalah sebuah proses penanaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari satu generasi ke generasi lainnya dalam sebuah kelompok atau masyarakat. Lewat proses sosialisasi, individu-individu dalam masyarakat belajar mengetahui dan memahami kebiasaan atau nilai apa saja yang harus dilakukan dan yang tidak harus dilakukan (Narwoko dan Suyanto, 2004:74).

Dari konsep-konsep tersebut dapat kita simpulkan bahwa melalui proses sosialisasi individu diharapkan dapat berperan sesuai dengan nilai yang berlaku dalam masyarakat di mana ia berada. Oleh karena itu barulah kita mengetahui betapa pentingnya sosialisasi itu dalam keberlangsungannya suatu masyarakat (Ihromi, 2004-31).

Sosialisasi dialami oleh individu sebagai makhluk sosial sepanjang kehidupannya sejak ia dilahirkan sampai meninggal dunia. Karena interaksi merupakan kunci berlangsungnya proses sosialisasi maka diperlukan agen sosialisasi yakni orang-orang di sekitar individu tersebut yang mentransmisikan nilai-nilai atau norma-norma tertentu, baik secara langsung maupun tidak langsung. Agen sosialisasi ini merupakan *significant other* (orang yang paling dekat) dengan individu, seperti orang tua, kakak-adik, saudara, teman sebaya, guru atau instruktur, dan lain sebagainya.

Menurut Goffman tahapan sosialisasi dibedakan menjadi dua tahap, yakni:

1. Sosialisasi primer, sebagai sosialisasi yang pertama dijalani oleh individu semasa kecil, melalui mana ia menjadi anggota masyarakat: dalam tahap ini proses sosialisasi primer membentuk kepribadian anak ke dalam dunia umum, dan keluarga yang berperan sebagai agen sosialisasi.



2. Sosialisasi sekunder, didefinisikan sebagai proses berikutnya yang memperkenalkan individu yang telah disosialisasi ke dalam sektor baru dari dunia objektif masyarakatnya; dalam tahap ini proses sosialisasi mengarah pada terwujudnya sikap profesionalisme (dunia yang lebih khusus); dan dalam hal ini yang menjadi agen sosialisasi adalah lembaga pendidikan, peer group, lembaga pekerjaan, dan lingkungan yang lebih luas dari keluarga.

Oleh karena itu, sosialisasi primer merupakan dasar dari sosialisasi sekunder. Sosialisasi bisa berlangsung secara tatap muka, tetapi biasa juga dilakukan dalam jarak tertentu melalui sarana media, atau surat-menyurat, bisa berlangsung secara formal maupun informal, baik sengaja maupun tidak sengaja.

Sosialisasi dapat dilakukan demi kepentingan orang yang disosialisasikan ataupun orang yang melakukan sosialisasi, sehingga kedua kepentingan tersebut bisa sepadan ataupun bertentangan. (Ihromi, 2004:32).

Salah satu teori peran yang dikaitkan dengan sosialisasi ialah George Herbert Mead (Ihromi, 2004:34). Mead menguraikan tahap pengembangan diri (*self*) manusia. Manusia yang baru lahir belum mempunyai diri. Diri manusia berkembang secara bertahap melalui interaksi dengan anggota masyarakat lain.

Menurut Mead pengembangan diri manusia ini berlangsung melalui beberapa tahap yaitu: (1) Tahap *play stage*. (2) Tahap *game stage*. (3) *generalized other*.

Tahap *play stage*. Pada tahap ini anak mengembangkan kemampuannya untuk melihat dirinya sendiri. Kegiatannya tidak konsisten, tidak terorganisir, peranan berganti-ganti, karena belum ada konsepsi yang terpadu mengenai dirinya. Tahap *game stage*. Berbeda dengan *play stage*, di sini ada himpunan yang terorganisir Anak harus sudah mengetahui posisinya dalam konteks yang lebih



luas, dan memberikan tanggapan terhadap harapan-harapan orang lain; individu sudah mampu menghubungkan dirinya dengan komunitas di mana ia menjadi anggotanya.

Tahap *generalized other*. Pada tahap awal sosialisasi interaksi seorang anak biasanya terbatas pada sejumlah kecil orang lain. Biasanya anggota keluarga, terutama ayah dan ibu, oleh Mead orang yang penting dalam proses sosialisasi ini dinamakan *significant others*. Pada tahap ketiga sosialisasi, seseorang telah dianggap mampu mengambil peran-peran yang dijalankan orang lain dalam masyarakat atau mampu mengambil peran *generalized others*, ia telah mampu berinteraksi dengan orang lain dalam masyarakat karena telah memahami peranannya sendiri serta peran orang lain dengan siapa ia berinteraksi.

Dari pandangan-pandangan tersebut, Mead jelas mengatakan bahwa diri seseorang terbentuk melalui interaksi dengan orang lain. Dalam interaksi tersebut ia mengalami proses sosialisasi (Maryati dan Suryawati, 2004:117).

2. Sosialisasi Sebagai Suatu Proses

Individu dari yang tadinya hanya sebagai makhluk biologis melalui proses sosialisasi, belajar tentang nilai, norma, bahasa, simbol, keterampilan, dan sebagainya untuk dapat diterima dalam masyarakat di mana ia berada. Untuk menjadi anggota masyarakat yang 'normal' atau diterima di dalam masyarakat, diperlukan kemampuan untuk menilai secara objektif perilaku kita sendiri dari sudut pandang orang lain. Kalau sudah memperoleh kemampuan tersebut berarti seseorang sudah memiliki apa yang dinamakan *self* (diri). *Self* terbentuk dan berkembang melalui proses sosialisasi dengan cara berinteraksi dengan orang lain.

Ciri orang yang sudah memiliki *self* adalah orang yang sudah mampu



merefleksikan atau memberlakukan dirinya sebagai objek dan subjek sekaligus (Ihromi, 2004:34).

3. Sosialisasi Aktifitas Dua Pihak

Memperhatikan pelaksanaan proses sosialisasi secara agak lebih dekat, tampaklah bahwa sesungguhnya proses ini bukan suatu aktivitas yang bersifat sepihak. Bagaimanapun juga proses sosialisasi adalah suatu proses yang diikuti secara aktif oleh dua pihak: pihak pertama adalah pihak yang mensosialisasi, dan pihak kedua adalah pihak yang disosialisasi. Aktivitas pihak yang mensosialisasi disebut aktivitas melaksanakan sosialisas sedangkan aktivitas pihak yang disosialisasi disebut aktivitas intemalisasi (Narwoko dan Suyanto, 2004:56).

Berikut adalah aktivitas dua pihak tersebut, yaitu:

a. Aktivitas Melaksanakan Sosialisasi

Aktivitas melaksanakan sosialisasi (Narwoko dan Suyanto, 2004:57) dikerjakan oleh orang-orang tertentu, yang dalam hal ini bekerja "mewakili" masyarakat. Mereka ini bisa dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Orang-orang yang memiliki wibawa dan kekuasaan atas individu-individu yang disosialisasi. Misalnya, ayah, ibu, guru, atasan, pemimpin, dan sebagainya.
2. Orang-orang yang mempunyai kedudukan sederajat (atau kurang lebih sederajat) dengan individu-individu yang tengah disosialisasi. Misalnya, saudara sebaya, kawan sepermainan, kawan sekelas, dan sebagainya.

b. Proses Internalisasi

Segi balik dari aktivitas melaksanakan sosialisasi adalah aktivitas internalisasi. Internalisasi adalah sebuah proses yang di oleh pihak yang tengah



menerima kerjakan proses sosialisasi. Proses ini bukanlah proses yang pasif, melainkan merupakan rangkaian aktivitas psikologik yang aktif juga sifatnya.

Pertama-tama dia aktif menginterpretasi makna dari apa-apa yang disampaikan kepadanya (dalam hal sosialisasi yang diselenggarakan secara formal), atau makna dari apa-apa yang dia saksikan atau dia hayati. Pada langkah berikutnya dia aktif meresapkan dan mengorganisir hasil interpretasinya itu ke dalam ingatan, perasaan, dan batinnya (Narwoko dan Suyanto, 2004:61).

G. Persuasi

1. Pengertian Persuasi

Menurut Kenneth E. Andersen persuasi adalah suatu proses komunikasi antar personal dimana komunikator berupaya dengan menggunakan lambang-lambang untuk mempengaruhi kognisi penerima, jadi secara sengaja mengubah sikap atau kegiatan seperti yang diinginkan komunikator (Uchjana, 2006:79).

Hubungan antara teori teori komunikasi massa kontemporer dengan konsep persuasi secara langsung. Periklanan barangkali lebih merupakan suatu se tidaklah dari pada suatu kegiatan yang dirumuskan berdasarkan teori-teori yang sifatnya ilmiah. Hal ini juga sama dengan bentuk-bentuk lain dari persuasi.

Bagaimanapun juga, analisis yang menyangkut persuasi dalam komunikasi menunjukkan adanya keteraturan dan beberapa persamaan yang berarti dalam prosesnya. Oleh karena itu, penting sekali mengetahui cara berlangsungnya proses persuasi.

2. Jenis-Jenis Persuasi

Adapun jenis-jenis persuasi dalam prakteknya terbagi kepada beberapa hal (Djaja, 1985:49) :

1. Empathy

Kemampuan untuk menempatkan diri pada orang lain. Jadi dengan pengertian yang sama, apabila seorang manager dalam kegiatan public relations ingin mempengaruhi sikap, pendapat dan tingkah laku dari publiknya, maka terhadap policy atau kebijaksanaan yang akan disampaikan terlebih dahulu haruslah ditest dan diuji kembali terhadap dirinya sendiri. Karena banyak kegiatan komunikasi itu belum apa-apa gagal hanya disebabkan karena seseorang pimpinan memandang bawahannya atau publiknya seperti ukuran yang ada pada dirinya.

2. Integrasi

Integrasi merupakan salah satu jenis persuasi yang menitik beratkan untuk mempengaruhi seseorang atau publik melalui kemampuan untuk "menyatukan diri" dengan komunikan

3. *Fear Arrousing & Pay Off*

Fear of Arrousing merupakan suatu teknik untuk mempengaruhi dalam metode persuasi dengan cara membangkitkan rasa takut pada diri orang atau publik yang menjadi sasaran untuk dipengaruhi. Pay off, juga merupakan suatu teknik untuk mempengaruhi seseorang atau publik yaitu dengan jalan memuliakan sesuatu. Dalam prakteknya, teknik pay off ini mengandung unsur sugesti di mana apabila anjuran itu ditaati oleh komunikan tersebut.

4. *Red Herring*

Suatu teknik untuk mempengaruhi seseorang dengan jalan mengalihkan pesan komunikasi kepada topik yang dikehendaki komunikator. Jadi dalam prakteknya kebijaksanaan yang akan disampaikan oleh seorang top manager kepada publiknya agar mendapat efek komunikasi yang diinginkan oleh seorang top manager. oleh sebab itu dalam proses penyampaian pesan komunikasi haruslah dapat menumbuhkan perhatian dan kebutuhan dari publiknya

5. *Packing*

Istilah *packing* secara bebas dapat diterjemahkan dengan arti membungkus atau pembungkus. Akan tetapi bila istilah tersebut ditarik ke dalam arti ilmu komunikasi adalah usaha untuk mempengaruhi seseorang dengan "emotional appeal". Jadi dalam hal ini pesan komunikasi yang akan disampaikan itu terlebih dahulu harus dibungkus dengan hal atau keadaan yang dapat membangkitkan perasaan.

3. Public Relations dan Persuasi

Persuasif (ajakan, bujukan merupakan suatu tindakan yang berdasarkan segi segi psikologis, yang dapat membangkitkan kesadaran individu. Dinegara-



negara demokratis usaha mempengaruhi opini publik, sikap dan tingkah laku hanya diperbolehkan dengan cara-cara persuasif, yaitu dengan menggunakan komunikasi yang informatif. Di dalam *public relations*, mengingat akan fungsi dan tujuannya seperti telah dikemukakan terlebih dahulu, cara-cara *coersif* tidak mungkin dapat dilakukan walaupun hanya dengan ancaman berupa kata-kata atau lambang-lambang lainnya.

Segi-segi psikologis dalam *public relations* seperti telah dikemukakan terlebih dahulu minta perhatian yang sangat besar sekali. Sebagai suatu kegiatan psikologis, melakukan persuasi untuk mempengaruhi atau merubah opini, sikap dan tingkah laku publik adalah tidak mudah. Komunikasi yang bersifat persuasif baik yang dilakukan secara lisan (pidato, ceramah, briefing, propaganda, lobbying, dsb), maupun tertulis atau menggunakan gambar-gambar, isyarat, tanda-tanda, dsb untuk menciptakan opini publik yang favorable, dalam kegiatan *public relations* memerlukan keahlian (Abdurachman, 2001:61).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam pembuatan skripsi ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Gunawan (2014:85), metode kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang masalah-masalah manusia dan sosial. Moleong (2005:6) menjelaskan definisi dari penelitian kualitatif yaitu

“Penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah”.

Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan dari situ fenomena (Nazir dalam Nasution, 2011:24). Menurut Moleong (2005:11) penelitian deskriptif merupakan data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan karena adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang akan dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang diteliti.

Tujuan penelitian deskriptif yang digunakan dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi program *Clean, Green and Healthy* (CGH) kepada masyarakat yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Daerah Kota di Balikpapan untuk membangun citra Kota Balikpapan sebagai kota "Kaltim



Green". Alasan peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif adalah untuk memahami realitas yang terjadi, menjelaskan fakta-fakta yang telah dikumpulkan melalui penelitian mengenai strategi Humas Pemerintah Kota Balikpapan dalam mensosialisasikan program CGH kepada masyarakat Kota Balikpapan. Proses yang dilewati termasuk pada program dan teknik hendaknya dijabarkan secara sistematis sesuai dengan realitas yang ada dan dijelaskan agar dapat mengetahui dan mendeskripsikan latar belakang, upaya yang telah dilakukan, dan makna dibalik strategi humas dalam sosialisasi program CGH yang dilakukan oleh humas pemerintah daerah kota Balikpapan secara menyeluruh, jelas dan mendalam.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian bertujuan untuk membatasi penelitian. Dengan ditentukannya fokus penelitian, peneliti akan mengetahui data mana saja dan data apa saja yang akan digunakan sesuai dengan relevansi penelitian. Maka dalam penelitian ini, peneliti akan berfokus pada :

1. Peran bagian Humas dalam sosialisasi Program *Clean, Green and Healthy* (CGH) pada Pemerintah Kota Balikpapan, dilihat dari :

- a) Dasar Penyusunan Strategi Sosialisasi Humas Kota Balikpapan;
- b) Proses sosialisasi mengenai program-program bertajuk lingkungan yang mengarah pada program *clean, green and healthy* (CGH);
- c) Metode sosialisasi yang digunakan mulai dari tahap perencanaan sampai dengan tahap evaluasi program;
- d) Media yang digunakan untuk melakukan sosialisasi;
- e) Cara Persuasi yang dilakukan oleh Humas Kota Balikpapan;

- f) Kendala /hambatan kegiatan sosialisasi program CGH.
- g) Respon dan Pandangan Masyarakat terhadap Kegiatan Sosialisasi Program *Clean, Green and Healthy* (CGH)

C. Lokasi dan Situs Penelitian

Lokasi penelitian terletak di Pemerintah Kota Balikpapan, situs di Humas Setda Pemerintah Kota Balikpapan Jalan Jenderal Sudirman RT.13 Kantor Walikota Balikpapan. Proses penelitian ini akan diselenggarakan pada bulan Maret tahun 2017 hingga bulan April tahun 2017. Alasan pengambilan Humas Setda Pemerintah Kota Balikpapan sebagai tempat utama peneliti melakukan penelitian adalah dikarenakan Kantor Walikota Balikpapan sebagai Pusat Pemerintahan, Pembangunan, dan Pelayanan Kemasyarakatan. Terletak di Pulau Kalimantan salah satu pulau yang dikenal dengan hutan tropisnya, menjadikan kota Balikpapan menjadi kota minyak dan industri yang berwawasan lingkungan. Hal ini terbukti semenjak di gulirkannya 2008 oleh jajaran Pemerintah Kota Balikpapan dengan masyarakatnya.

Setelah sukses meraih prestasi di tingkat association of southeast asian nations (aseans dan telah mendapatkan sertifikat kategori Clean Land dari ESC (emironmentaly suistainable cities dengan dinobatkan sebagai kota terbersih Nomor 2 di asean. Budaya bersih dan berwawasan lingkungan, juga merupakan bagian yang tidak terpisahkan pada umumnya telah menjadi ciri masyarakat Kota Balikpapan, terakomodir secara professional dalam program Pemerintah Kota Balikpapan yakni, *Green, Clean, and Healthy* (Hijau, Bersih, dan Sehat).

Berbagai macam penghargaan untuk Kota Balikpapan tentu tidak terlepas dari peran Humas sebagai pihak yang turut membangun citra positif di mata

masyarakat, sehingga mereka tertarik dan berminat untuk mengikuti program CGH. Lokasi penelitian diterjemahkan sebagai tempat sumber data-data yang dibutuhkan peneliti dalam penelitian mengenai strategi Humas Pemerintah Daerah masyarakat untuk membangun image sebagai kota "Kaltim Green".

D. Jenis dan Sumber Data

Menurut Lofland dalam Moleong (2005:157), sumber data utama pada penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selanjutnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Jenis data yang akan digunakan terdiri dari dua macam yaitu :

1. Data Primer

Merupakan sumber data yang langsung memberikan informasi data kepada pengumpul data atau peneliti. Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan peneliti. Data primer dapat berupa opini subjek secara individual atau kelompok hasil observasi dan dokumentasi terhadap suatu benda atau kejadian. Dengan demikian sumber data dalam penelitian ini adalah informan, yaitu orang-orang yang diamati dan memberikan data berupa kata-kata atau tindakan yang berkaitan mengenai masalah atau topik yang diteliti.

Adapun sumber data ini akan didapat melalui wawancara kepada :

- a) Kepala Bagian Humas Pemerintah Kota Balikpapan;
- b) Kasubbag Dokumentasi dan Penerbitan Humas Pemerintah Kota Balikpapan;
- c) Kasubbag Pengumpul Informasi Humas Pemerintah Kota Balikpapan
- d) Kasubbag Perencanaan Program Dinas Kebersihan Pertamanan dan pemakaman (DKPP) Pemerintah kota Balikpapan

e) Masyarakat sebagai Pelaku pengenalan program.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah hasil pengumpulan oleh orang lain dengan maksud tersendiri dan mempunyai kategorisasi atau klasifikasi menurut keperluan mereka.

Klasifikasi itu mungkin tidak sesuai dengan bagi keperluan peneliti dan karena itu harus menyusunnya kembali menurut kepentingan masalah dari penelitian tersebut (Nasution, 2011:143). Sumber data-data sekunder yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah berupa dokumen-dokumen, laporan-laporan, artikel, jurnal ilmiah, buku serta lampiran-lampiran dari Humas Kota Balikpapan yang ada relevansinya dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2014:224). Adapun teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data secara sistematis melalui pengamatan dan pencatatan terhadap fenomena yang diteliti. Dalam artian luas observasi berarti pengamatan yang dilaksanakan secara tidak langsung dengan menggunakan alat-alat bantu yang sudah dipersiapkan sebelumnya. Dalam artian sempit, observasi berarti pengamatan secara langsung terhadap fenomena yang diselidiki (Ismanto dan Daryanto, 2015:139). Teknik observasi menurut Moleong (2005:174) menjelaskan bahwa pengamatan dilakukan

supaya peneliti dapat mencari peristiwa dalam suatu situasi yang berkaitan langsung dengan pengetahuan yang diperoleh melalui data. Dimana dalam penelitian ini, peneliti akan melaksanakan sebuah observasi secara langsung pada Humas Kota Balikpapan tentang sosialisasi program CGH sebagai upaya membangun citra sebagai *kaltim green*.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi. Wawancara dalam penelitian kualitatif tidak hanya sekebatas omong-omong atau percakapan biasa, walaupun keduanya berupa interaksi verbal. Dalam wawancara diperlukan kemampuan mengajukan pertanyaan yang dirumuskan secara tajam, halus, dan tepat. Serta diperlukan kemampuan untuk menangkap pemikiran orang lain dengan cepat dan tepat (Nasution, 2011:116).

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2014:24). Teknik dokumentasi dalam penelitian ini adalah pengumpulan data dengan mencatat dan memanfaatkan data-data yang telah ada yang berkaitan dengan strategi Humas Kota Balikpapan dalam mensosialisasikan program *clean, green, and healthy* (CGH).

F. Instrumen Peneliti

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dan informasi serta untuk menggali data yang diperlukan dalam penelitian. Instrumen dalam penelitian ini adalah :

1. Peneliti sendiri

Salah satu ciri dari penelitian kualitatif adalah memasukkan unsur manusia atau peneliti sendiri sebagai alat pengumpulan data utama dalam penelitian terutama yang berpengaruh dalam proses wawancara dan analisis data. Dengan cara menyaksikan dan mengamati secara langsung peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek penelitian. Fungsinya adalah untuk menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan terhadap hasil penelitiannya (Sugiyono, 2014:222).

2. Pedoman wawancara

Pedoman wawancara digunakan untuk membantu peneliti ketika akan mewawancarai informan agar pertanyaan yang akan disampaikan merupakan pertanyaan yang berfokus terhadap objek penelitian. Selain itu dengan adanya pedoman wawancara maka data yang akan dicari dapat diperoleh dengan maksimal.

3. Catatan lapangan (field note)

Moloeng (2005:208) menjelaskan bahwa catatan lapangan berfungsi sebagai alat perantara yaitu antara apa saja yang didengar, dilihat, dialami, dan dipikirkan dalam rangka pengumpulan data dan refleksi data dalam menjawab



rumusan masalah yang telah dirumuskan. Sehingga dapat dikatakan bahwa catatan lapangan merupakan “jantung” dalam penelitian kualitatif.

G. Uji Keabsahan Data

Menurut Moleong (2005:320), yang dimaksud dengan keabsahan data adalah bahwa setiap keadaan harus memenuhi :

- a) Mendemonstrasikan nilai yang benar;
- b) Menyediakan dasar agar hal itu dapat diterapkan; dan
- c) Memperbolehkan keputusan luar yang dapat dibuat tentang konsistensi dari prosedurnya dan kenetralan dari temuan dan keputusan-keputusannya.

Dalam menetapkan keabsahan data diperlukan adanya teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan dapat didasarkan atas beberapa kriteria tertentu. Menurut Moleong (2005:324), terdapat empat kriteria yang dapat digunakan, yaitu :

- a) Derajat kepercayaan (*credibility*). Untuk mendapatkan dan memeriksa kredibilitas dalam penelitian ini, maka peneliti melakukan tindakan-tindakan sebagai berikut:

- 1) Melakukan *peerdebriefing* : Hasil kajian didiskusikan dengan orang lain yaitu dengan dosen pembimbing dan teman sejawat yang mengetahui pokok-pokok pengetahuan tentang penelitian dan metode yang diterapkan.
- 2) Triangulasi: Hal ini dilakukan oleh peneliti dimulai sejak penelitian langsung ke lapangan dengan berbagai wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan tujuan untuk mengecek kebenaran kebenaran data tertentu dan membandingkan dengan data dari sumber lain.



b) Keteralihan (*transferability*) yaitu keteralihan berbagai persoalan empiris yang bergantung pada kesamaan antara konteks pengirim dan penerima.

Untuk melakukan keteralihan, peneliti berusaha mencari dan mengumpulkan data empiris dalam konteks yang sama. Dengan demikian peneliti dalam penelitian ini bertanggung jawab untuk menyediakan data deskriptif yang secukupnya.

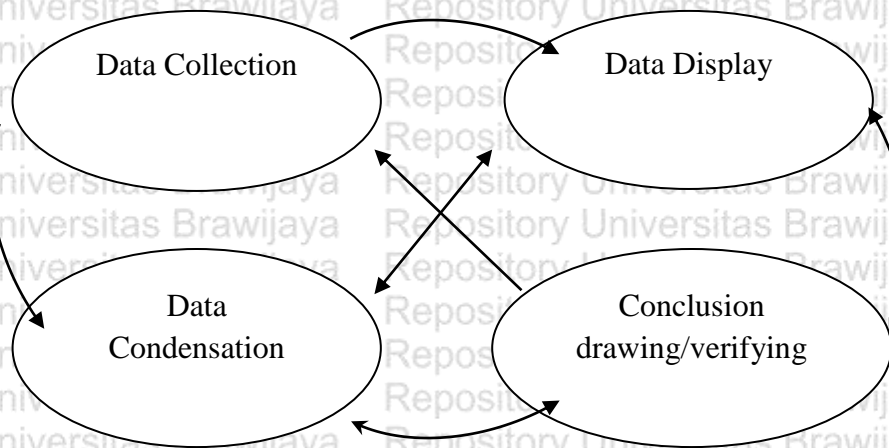
c) Ketergantungan (*dependability*) yaitu dalam memeriksa ketergantungan dan kepastian data dalam penelitian ini, maka hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti akan diuji ulang proses yang cermat terhadap seluruh komponen proses penelitian dan hasil penelitian. Oleh karena itu agar derajat reabilitas dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat tercapai, maka diperlukan pemeriksaan yang cermat dan teliti.

d) Kepastian (*confirmability*) yaitu peneliti dalam menentukan apakah hasil dari penelitian ini benar atau salah, maka peneliti akan mendiskusikan dengan dosen pembimbing dan narasumber lainnya dari setiap tahap demi tahap terhadap hasil yang ditemukan di lapangan.

H. Analisis Data

Menurut Gunawan (2014:279) analisis data adalah menguraikan proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis transkrip-transkrip wawancara, catatan lapangan, bahan-bahan lain agar peneliti data menyajikan temuannya. Analisis data melibatkan pengerjaan, pengorganisasian, pemecahan dan sintesis data, pencarian pola, pengungkapan hal yang penting, dan penentuan apa yang harus dilaporkan.

Pada analisis penelitian ini, peneliti menggunakan model analisis data interaktif dari Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2014:92). Alasan dalam menggunakan analisis data ini dikarenakan alur serta proses dalam analisis data ini lebih mudah dipahami. Komponen dari model analisis data interaktif adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Model Analisis Data Interaktif

Sumber: Sugiyono, 2014:92

Dari Gambar 1 maka langkah-langkah dalam model analisis data interaktif adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Pada tahap pengumpulan data, peneliti menggunakan tiga teknik yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengumpulan data melalui observasi dan dokumentasi digunakan untuk menunjang dan memperkuat data-data yang diperoleh melalui wawancara. Pada tahapan ini, peneliti akan melakukan pengumpulan data secara berulang-ulang hingga mencapai kejenuhan data.

Sehingga peneliti akan mendapatkan data secara maksimal dan optimal.

2. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Dari lokasi dan data lapangan dituangkan dalam uraian laporan yang lengkap dan terinci meliputi proses penyeleksian, pemfokusan, penyederhanaan, peringkasan dan perubahan data yang bersumber dari kumpulan catatan, wawancara, dokumen, dan sumber daya lainnya.

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Merupakan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan melihat penyajian-penyajian data sehingga dapat dipahami apa sedang terjadi dan tindakan apa yang perlu dilakukan.

4. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verifying*)

Penarikan kesimpulan merupakan salah satu bagian dari konfigurasi analisis data. Kesimpulan yang dibuat juga akan diperiksa selama penelitian terjadi. Sejak memasuki lapangan dan selama proses pengambilan data, peneliti akan menganalisis dan mencari makna dari data yang ditemukan.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kota Balikpapan

Balikpapan memiliki luas wilayah 0,24 persen dari luar propinsi Kalimantan Timur, merupakan kota yang tertib, teratur, bersih, dan rapi.

Balikpapan juga memiliki keunggulan panorama yang indah karena melatarbelakangi pemandangan laut. Kota ini memiliki luas wilayah 503, 30 yang terbagi menjadi 5 wilayah kecamatan meliputi: Kecamatan Balikpapan Selatan,

Balikpapan Timur, Balikpapan Utara, Balikpapan Tengah, dan Balikpapan Barat.

Secara topografi sekitar 85 wilayah kota Balikpapan merupakan daerah berbukit-bukit, dan bergelombang. sedangkan sisanya 15 persen berupa dataran landai yang

berada di tepi laut serta daerah-daerah perbukitan. Sesuai kebijakan Pemerintah

Daerah Kota Balikpapan dengan luas wilayah 503.30 km, 48 persen diperuntukan bagi pembangunan fisik, sementara 52 persennya untuk lahan

hijau.(<https://bpkp.go.id/> diakses tanggal 20 april 2017).

Perekonomian Kota Balikpapan di topang oleh sektor industri, pengolahan utamanya minyak, pengilangan minyak yang sudah berlangsung puluhan tahun

hingga sekarang. Kontribusi terbesar dari PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) Balikpapan adalah industri pengolahan diikuti oleh sektor perdagangan, hotel, dan restoran.

Letak Kota Balikpapan sangat strategis karena berada pada posisi silang jalur Perhubungan nasional dan internasional di tepi teluk Balikpapan yang



menjadikan Kota Balikpapan sebagai penghubung Kawasan Indonesia Timur (KT) dengan Kawasan Barat Indonesia (KB). Sehingga tidak berlebihan bila Balikpapan disebut sebagai pintu gerbang Kalimantan Timur yang memiliki peran sebagai distributor alam maupun barang dari dalam maupun luar daerah.

1. Sejarah Singkat Kota Balikpapan

a. Penduduk Asli

Sejarah keberadaan Kota Balikpapan jauh sebelum ditemukannya sumur Dalam minyak di kawasan teluk (saat ini disebut teluk Balikpapan) oleh warga Belanda yang mur minyak Mathildha, telah ada penduduk yang mendiami kawasan pantai Teluk Balikpapan disebut "SUKU BALIK" yang berdiam disekitar daerah kampung "SEPAKU" dan "PEMALUAN" yang sekarang masuk di Kabupaten Penajam Paser Utara (PPU).

Dalam Perkembangan generasi suku Balik diketahui adalah "DODE" sebagai Kepala suku Kampung "NENANG BESAR" yang juga saat ini masuk di wilayah Kabupaten Penajam Paser Utara dan keturunan berikutnya adalah keturunan campuran antara Paser dan Suku Banjar.

b. Asal Usul Nama Balikpapan

1) Versi Pertama

Pada saat kerajaan Kutai Kartanegara akan membangun Istana Baru disekitar di Kutai Lama, kepada penduduk disekitar Teluk Balikpapan, diminta untuk mengirim gan papan sebanyak 1000 keping dan pada saat pengiriman papan tersebut, ada papan tercecer kurang lebih 10 keping papan, sementara perahu yang yang membawa papan tersebut sudah tiba di tempat tujuan, dan oleh penduduk setempat, mereka saling berteriak dengan kata kata



"Balikpapan Tur, dan wilayah disekitar teluk tersebut kemudian di

"BALIKPAPAN

b. Versi kedua.

Dalam Cerita yang berkembang di masyarakat seputar pesisir pantai teluk (yang kemudian disebut teluk Balikpapan) adalah suku Balik adalah keturunan dari kakek dan nenek KAYUN KULENG dan PAPAN AYUN, dan keturunan-keturunan tersebut akhirnya disebut "KULENG PAPAN" yang artinya "BALIKPAPAN" karena dalam bahasa Paser KULENG artinya BALIK.

c. Versi Ketiga

Dalam sejarah kerajaan Paser, yang terdiri dari beberapa kerajaan kecil dan salah satu dari kerajaan kecil yang membawahi sebagian kawasan Teluk (yang kelak disebut teluk Balikpapan) mendapat serangan dari kerajaan lain. Karena terdesak oleh musuh maka sang raja yang memiliki seorang bayi putri dan tidak ingin kalau putrinya tersebut jatuh ke tangan musuh, maka sang raja mengikat putrinya tersebut disebuah papan, dan dilarutkan ke pantai (dilau), dengan dorongan ombak dan arus papan tersebut terbalik dan terbawa sampai ke kawasan teluk dan dilihat oleh penduduk setempat dan secara spontan penduduk tersebut berteriak "Balikpapan Tu" tempat di Balikpapan tersebut terdapat seorang putri yang bernama "PUTRI PETUNG", dan sejak itulah dimana putri tersebut ditemukan dinamakan "BALIKPAPAN".



2. Motto

Motto Kota Balikpapan adalah “Balikpapan Beriman Bersih, Indah, Aman dan Nyaman”.

3. Visi

Terwujudnya Balikpapan sebagai kota industri, perdagangan, jasa dan wisata yang didukung oleh penyelenggaraan tata pemerintahan yang baik (Good Governance) dan masyarakat yang beriman sejahtera, religious, dan peradaban maju (Madinatul Iman)

4. Misi

1. Mewujudkan sumber daya manusia yang beriman, sehat jasmani dan memiliki daya saing dibidang ilmu pengetahuan dan teknologi.
2. Mewujudkan tersedianya infrastruktur kota yang mampu untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan fungsi kota dimasa depan.
3. Mewujudkan kondisi kota yang layak huni dan berwawasan lingkungan.
4. Mewujudkan perekonomian kota yang berorientasi kepada pengembangan potensi ekonomi kerakyatan dan pengembangan basis ekonomi kota di masa depan.
5. Mewujudkan penyelenggaraan tata pemerintahan yang baik (Good Governance)
6. Mewujudkan penegakkan hukum yang menjamin keadilan dan kepastian hukum bagi masyarakat.



5. Letak Geografis Kota Balikpapan

a. Geografi

Kota Balikpapan dengan luas 503,30 km persegi mempunyai 5 (lima) wilayah kecamatan, masing-masing Kecamatan Balikpapan Barat, Balikpapan Utara, Balikpapan tengah, Balikpapan Selatan dan Balikpapan timur.

Menurut letak geografisnya Kota Balikpapan antara 116,50 bujur timur dan tang Utara dan 1,5 Lintang Selatan. Sedang perbatasan untuk sebelah utara 117,00 berbatasan dengan Kabupaten Kutai Kartanegara, sebelah timur berbatasan dengan selat Makassar, sebelah selatan berbatasan dengan Selat Makassar dan sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Penajam Paser Utara.

b. Demografi

Keadaan penyebaran penduduk di kota Balikpapan adalah merupakan konsentrasi-konsentrasi pada kawasan perdagangan, kawasan pantai dan pertanian, selebihnya adalah kawasan kosong. Adapun gambaran umum perwilayah sebagai berikut.

Tabel 1. Gambaran Umum Perwilayah Kota Balikpapan

Sumber : Data Profil Kota Balikpapan

No	Wilayah Kecamatan	Luas (km2) Size (km ²)	Jumlah Penduduk (jiwa) Total Population	Kepadatan (Km2) Destiny (km2)
1	Balikpapan Timur (<i>East Balikpapan</i>)	132,16	50.156	379
2	Balikpapan Selatan (<i>South Balikpapan</i>)	47,95	188.317	3.927
3	Balikpapan Tengah (<i>Central Balikpapan</i>)	11,07	114.548	10.347
4	Balikpapan Utara (<i>North Balikpapan</i>)	132,17	101.539	768
5	Balikpapan Barat (<i>West Balikpapan</i>)	179,95	85.904	477
Jumlah		503,31	540.464	

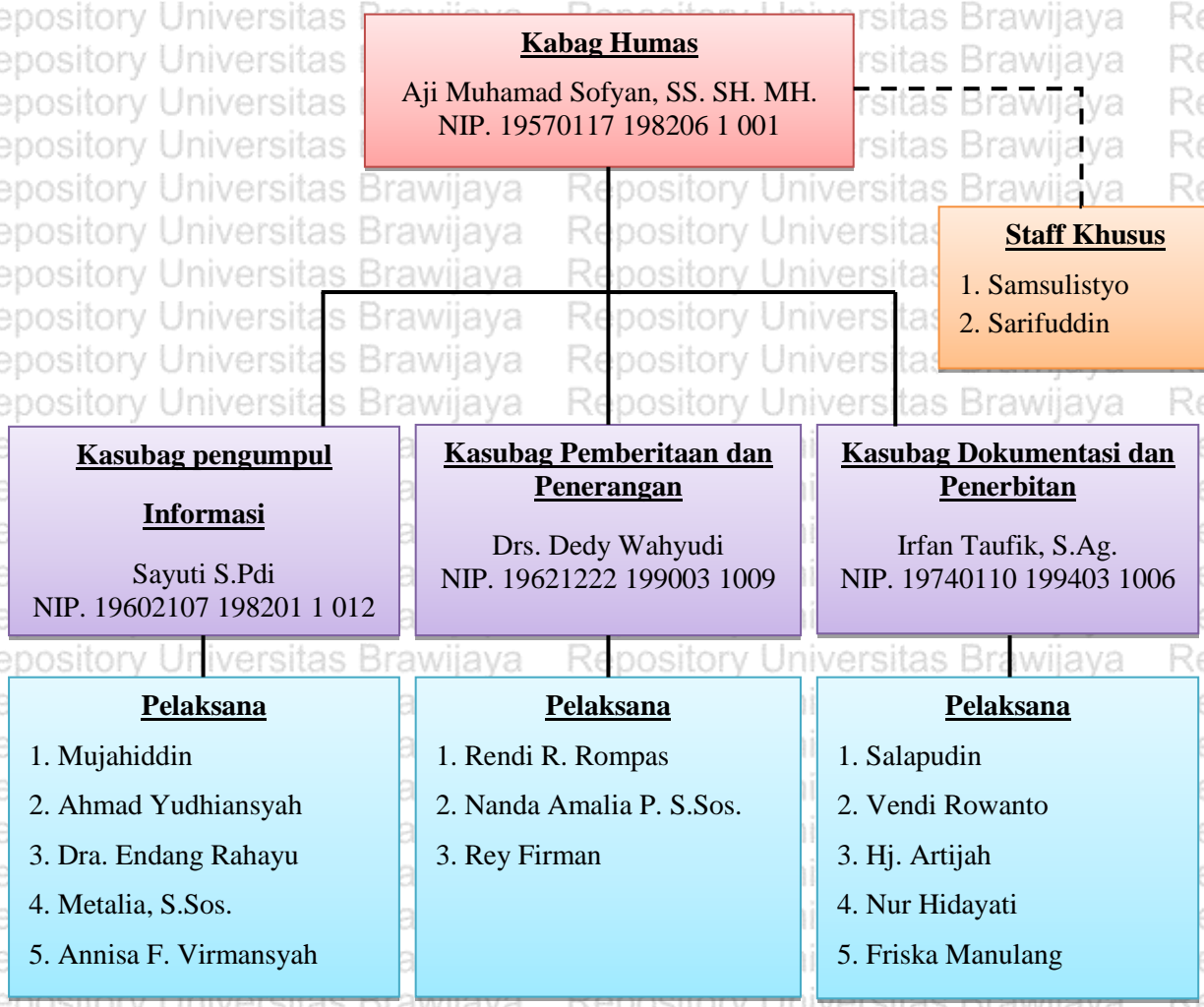
6. Logo Balikpapan



Gambar 2. Logo Kota Balikpapan

Sumber: Data Perusahaan Pemerintahan Kota Balikpapan

B. Struktur Organisasi Humas Pemerintah Kota Balikpapan



Gambar 3. Struktur Organisasi Humas Pemerintah Kota Balikpapan

Sumber: Data Humas Pemerintah Kota Balikpapan



1. Tugas Pokok dan Fungsi Humas Pemerintah Kota Balikpapan

a. Tugas Pokok dan Fungsi Kepala Bagian Humas berdasarkan pasal 12

- 1) Melaksanakan pengoordinasian, pengendalian dan pembinaan di bidang hubungan kemasyarakatan untuk menyampaikan kebijakan Pemerintah Kota.
- 2) Bagian Hubungan Masyarakat dipimpin oleh Kepala Bagian yang berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Asisten Tata Pemerintahan.
- 3) Bagian Hubungan Masyarakat membawahkan sub bagian yang masing masing sub bagian dipimpin oleh kepala sub bagian dan bertanggung jawab langsung kepada kepala bagian.

b. Tugas Pokok dan Fungsi Kepala Bagian Humas berdasarkan Pasal 12 ayat (1)

- 1) penyusunan program dan kegiatan Bagian Hubungan Masyarakat;
- 2) pembinaan dan pengendalian pelaksanaan hubungan kemasyarakatan;
- 3) penyusunan petunjuk teknis tata laksana penyampaian informasi oleh pejabat publik;
- 4) pelaksanaan fasilitasi hubungan Pemerintah Kota dengan lembaga lainnya;
- 5) pelaksanaan jumpa pers Pemerintah Kota;
- 6) pelaksanaan inventarisasi, dokumentasi dan distribusi informasi di bidang pemerintahan pembangunan, dan kemasyarakatan;
- 7) pengembangan sistem informasi dan dokumentasi untuk mengelola informasi publik sehingga mudah diakses;



- 8) pelaksanaan koordinasi bidang tugas dengan satuan organisasi pelayanan informasi dan komunikasi ;
- 9) penyampaian jawaban dan tanggapan umum terhadap permasalahan yang berhubungan dengan kebijakan dan kegiatan Pemerintah Kota;
- 10) pelaksanaan tugas lainnya yang diberikan atasan pimpinan sesuai peraturan yang berlaku.

c. Tugas Pokok dan Fungsi Sub Bagian Pengumpul Informasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (2)

- 1) menyusun program dan kegiatan Sub Bagian pengumpul Informasi;
- 2) menyiapkan bahan penyusun petunjuk teknis tata laksana penyampaian informasi oleh pejabat publik;
- 3) menyiapkan naskah pidato Walikota;
- 4) melaksanakan inventarisasi dan mengolah data/informasi di bidang pemerintahan, pembangunan dan kemasyarakatan
- 5) melaksanakan pengumpulan informasi dari media komunikasi sebagai bahan pelayanan data dan informasi kehumasan;
- 6) melaksanakan pengelolaan sistem informasi publik hingga mudah diakses;
- 7) melaksanakan monitoring, evaluasi dan pelaporan kegiatan Sub Bagian Pengumpul Informasi;
- 8) melaksanakan tugas lainnya yang diberikan atasan pimpinan sesuai peraturan yang berlaku.



c. Tugas pokok dan Fungsi Sub Bagian Pemberitaan dan Penerangan sebagaimana dimaksud dalam pasal 5 ayat (2)

- 1) menyusun program dan kegiatan Sub Bagian Pemberitaan dan Penerangan;
- 2) menyusun dan menyajikan berita/release tentang kebijakan dan kegiatan Pemerintah Kota;
- 3) melaksanakan peliputan acara kegiatan Pemerintah Kota;
- 4) menyusun dan mengolah hasil peliputan kegiatan Pemerintah Kota;
- 5) melaksanakan peliputan dan penyajian informasi di bidang pemerintahan, pembangunan, dan kemasyarakatan;
- 6) menyiapkan bahan jawaban dan tanggapan umum terhadap permasalahan yang berhubungan dengan kebijakan dan kegiatan Pemerintah Kota;
- 7) menyiapkan pelaksanaan jumpa pers Pemerintah Kota;
- 8) melaksanakan publikasi yang berkaitan dengan kebijakan dan kegiatan Pemerintah Kota;
- 9) melaksanakan kegiatan penerangan dengan sarana mobil unit keliling dalam rangka mendukung kegiatan Pemerintah Kota;
- 10) melaksanakan monitoring, evaluasi dan pelaporan kegiatan sub Bagian Pemberitaan dan Penerangan;
- 11) melaksanakan tugas lainnya yang diberikan atasan pimpinan sesuai peraturan yang berlaku.

d. Tugas Pokok dan Fungsi Sub Bagian Dokumentasi dan Penerbitan sebagaimana dalam Pasal 5 ayat (12)

- 1) mengoordinasikan penyusunan program dan kegiatan bagian humas;



- 2) menyusun dan mengelola penerbitan artikel buletin hasil pelaksanaan kegiatan Pemerintah Kota;
- 3) melaksanakan monitoring, evaluasi, dan pelaporan perkembangan penerbitan pers;
- 4) mengelola dokumentasi hasil peliputan kegiatan Pemerintah Kota;
- 5) melaksanakan pemberian layanan data dan informasi yang berkaitan dengan kebijakan dan kegiatan Pemerintah Kota;
- 6) melaksanakan pendistribusian informasi di bidang pemerintahan, pembangunan, dan kemasyarakatan;
- 7) melaksanakan ketatausahaan Bagian Humas;
- 8) menyiapkan bahan penyusunan Laporan Akuntabilitas Kinerja instansi Pemerintah (LAKIP) bagian Humas;
- 9) melaksanakan monitoring, evaluasi dan pelaporan kegiatan sub Bagian dokumentasi dan Penerbitan;
- 10) melaksanakan tugas lainnya yang diberikan atasan pimpinan sesuai peraturan yang berlaku.

C. Penyajian Data Dan Fokus Penelitian

Melihat adanya otonomi daerah yang mengharuskan organisasi di Pemerintahan harus semakin bergerak maju terhadap setiap perkembangan lingkungan perkotaan. Banyak perusahaan yang menjadikan sebuah humas sebagai salah satu cara yang efektif untuk mendekati perusahaan ke masyarakatnya, begitu juga yang dilakukan oleh humas pemerintah Kota Balikpapan, sama halnya diorganisasi pemerintahan, bahwa pemerintah adalah sebagai pelayan masyarakatnya.

Peranan humas di lingkungan pemerintahan sangat penting untuk membangun citra positif bangsa dan negara, apalagi pemerintah tengah menghadapi berbagai persoalan kemasyarakatan yang mendasar, yakni permasalahan lingkungan yang menjadi titik fokus di lingkungan perkotaan. oleh sebab itu upaya *revitalisasi* peranan humas sangat penting dan menjadi tuntutan yang mendesak saat ini, yang wajib dilaksanakan di semua instansi pemerintah, sebagai momentum strategis untuk melakukan perubahan tatanan peranan kehumasan yang dapat bersinergi secara efektif.

Dalam Kaitannya dengan mensosialisasikan program *Clean, Green, and Healthy* (CGH), kegiatan humas disini adalah suatu sikap tanggung jawab sosial bahwa tujuan dan sasaran dalam sosialisasi CGH ke pada masyarakat Balikpapan tersebut bukan ditujukan untuk mengambil keuntungan sepihak dari publik (masyarakat), namun untuk memperoleh keuntungan dan manfaat bersama.

Pada bab pembahasan ini akan ditampilkan data-data mengenai hasil penelitian perfokus yang didapatkan oleh penulis selama penelitian berlangsung.

Data yang dimaksud disini adalah data primer dan sekunder, yang diperoleh melalui hasil wawancara mendalam dengan para informan, pengumpulan dokumen yang relevan. serta melalui observasi dan dokumentasi selama penelitian berlangsung.

1. Peran Bagian Humas Dalam Sosialisasi Program *Clean, Green and Healthy* (CGH) Pada Pemerintah Kota Balikpapan.

a. Dasar Penyusunan Strategi Sosialisasi Humas Kota Balikpapan

Strategi sangat penting digunakan dalam sebuah perusahaan sekalipun organisasi di pemerintahan, dimana tujuannya adalah untuk mencapai hasil yang maksimal. Begitu juga yang telah dilakukan Pemerintah Kota Balikpapan. Strategi humas digunakan untuk mensosialisasikan CGH kepada masyarakat kota Balikpapan. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Aji M. Sofyan selaku kepala Humas Pemerintah Kota Balikpapan peneliti mendapat gambaran mengenai bagaimana strategi kehumasan Pemerintah Kota Balikpapan. Berikut kutipan wawancara peneliti dengan Aji Sofyan, SS.SH.MH selaku Kepala Bagian Humas Pemerintah Kota Balikpapan :

"Strategi memang sangat diperlukan dalam sebuah sosialisasi, tujuannya adalah untuk mencapai tujuan dan hasil maksimal yang diharapkan pemerintah kota Balikpapan. Karena dalam program CGH ini melibatkan masyarakat, tentunya masyarakat yang berada di kelurahan kecamatan, sampai pada tingkat RT, naah sehingga pemerintah kota dalam hal ini perlu membantu mensosialisasikan, program ini kan jelas memang sangat baik, untuk mendukung kebersihan, kesehatan dari Kota Balikpapan. Oleh sebab itu apabila ada kerjasama yang baik, antara pemerintah dan masyarakat, maka sosialisai ini berjalan dengan lancar. (Wawancara, Senin 10 April 2017).

Hal senada juga disampaikan oleh Irfan Taufik, S.Ag selaku Kasubbag

Dokumentasi dan Penerbitan Humas Pemerintah Kota Balikpapan tentang bagaimana penyusunan strategi humas yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Balikpapan yang mengatakan bahwa :

"Sosialisasi Program CGH ini memang dibutuhkan strategi khusus, kenapa menggunakan strategi, tujuannya dapat maksimal sehingga dalam hal ini seluruh staf disini dituntut untuk berpartisipasi dalam pelaksanaan

sosialisasi program CGH ini. Harapan kami humas disini dapat melakukan sosialisasi yang tepat kepada seluruh warga masyarakat Kota Balikpapan. Humas kan disini sebagai corong Pemerintah yang pastinya diharapkan mampu memberikan informasi-informasi terkait CGH kepada masyarakat. Karena untuk program Balikpapan Sehat 2016, lingkungan harus bersih, lingkungan harus sehat dan kemudian lingkungan harus hijau (Wawancara Selasa, 11 April 2017).

Kemudian Sayuti, S.Pdi selaku Kasubbag Pengumpul informasi Humas

Setda Pemerintah Kota Balikpapan, mengatakan bahwa :

“Dalam melaksanakan strategi sosialisasi program CGH ini, seluruh staf humas di pemerintahan kota Balikpapan ikut berperan andil, misalnya dalam pelaksanaan penyebaran informasi harus menggunakan strategi yang baik, Kami para staf humas disini terlibat dalam berbagai kepanitian sebagai salah satu seksi publikasi dan dokumentasi mengenai kegiatan perlombaan CGH, serta hal-hal apapun yang menyangkut seluruh kegiatan Pemerintah Kota.” (Wawancara Senin, 17 April 2017).

Dari beberapa pemaparan yang telah disampaikan oleh informan penelitian penulis melihat adanya kerjasama yang baik dalam menyusun sebuah strategi kehumasan, supaya setiap program pemerintah dapat berhasil sesuai dengan harapan yang diinginkan, serta mencapai hasil yang maksimal. Kemudian kegiatan Humas Pemerintah Daerah Kota Balikpapan tidak hanya merancang suatu program saja tetapi juga terlibat dalam berbagai event. Salah satunya Humas sebagai tim publikasi event yang diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah Kota Balikpapan. Berikut adalah gambar hasil dokumentasi tim Humas saat publikasi event CGH *on the street*.



Gambar 4. Publikasi Humas pada Saat Event CGH *On The Street*

(Sumber: Data Humas Pemerintahan Kota Balikpapan)

CGH merupakan program Pemerintah Kota Balikpapan, yang digulirkan semenjak tahun 2008. Hingga saat ini program CGH aktif di dijalankan di Kota Balikpapan tujuannya adalah meningkatkan lingkungan kota ke arah yang bersih, hijau dan sehat. Adapun pihak-pihak yang terkait dalam pelaksanaan proses sosialisasi, diantaranya selain masyarakat juga terlibat dinas-dinas pemerintahan seperti Dinas Kebersihan Pertamanan dan Pemakaman (DKPP), Badan Lingkungan Hidup (BLH), kelurahan, kecamatan, dan RT.

Diharapkan dengan adanya kejasama dalam penyelenggaraan program CGH ini dapat menjadikan contoh seluruh masyarakat kota Balikpapan, untuk lebih berperan aktif dalam pengelolaan lingkungan. Pihak internal Humas Pemerintah Daerah kota Balikpapan dapat mensosialisasikan program ini kepada masyarakat secara perlahan. Sehingga dibutuhkan suatu strategi kehumasan yang terencana dan sistematis agar ketika melakukan sosialisasi kepada masyarakat dapat berjalan dengan baik.

b. Proses Strategi Sosialisasi Humas Kota Balikpapan

Pada proses melakukan sosialisasi CGH kepada masyarakat yang dibutuhkan tidak hanya dari sudut pandang strategi humasnya saja, tetapi juga proses dalam menyusun strategi tersebut. Berikut petikan wawancara peneliti

dengan Aji Sofyan, SS.SH.MH selaku Kepala Bagian Humas Pemerintah Kota Balikpapan mengenai proses penyusunan strategi humas :

"Proses dalam melaksanakan sosialisasi program CGH kita lakukan dengan menggunakan pendekatan pada masyarakat, baik sosialisai informal, misalnya ketika dalam acara workshop yang kesannya formal, dan himbauan-himbauan secara langsung kepada masyarakat juga dengan menggunakan spanduk-spanduk yang kita pasang di pinggir jalan raya. Ya tidak terlalu ribetlah, strategi kita lakukan tetap mengikuti prosedur yang ada, dan dijalankan sesuai peraturan yang ada." (Wawancara Senin, 10 April 2017).

Begitu juga yang disampaikan oleh Irfan Taufik, S.Ag selaku Kasubbag Dokumentasi dan Penerbitan Humas Pemerintah Kota Balikpapan, tentang penyusunan strategi humas, berikut kutipan wawancara peneliti :

"Strategi Humas merupakan salah satu kunci kesuksesan yang harus dimiliki humas, tentunya dalam melakukan sosialisasi, kami humas harus membuat suatu rencana planning, karena itu juga merupakan salah satu proses untuk menuju sukses, jadi saya rasa proses dalam melakukan strategi tujuannya adalah mengarah pada keberhasilan dan sukses, oleh sebab itu, kami menggerakkan para staf humas disini untuk berpartisipasi dalam proses tersebut, misalnya saja dengan musyawarah mufakat untuk menyampaikan ide-ide atau aspirasi mengenai sosialisasi program CGH ini." (Wawancara Senin, 10 April 2017).

Adanya Bapak Aji Sofyan, SS.SH.MH selaku Kepala Bagian Humas Pemerintah Kota Balikpapan mengungkapkan pentingnya masyarakat dalam program CGH ini adalah untuk menumbuhkan sikap kemandirian masyarakat pengelolaan lingkungan kedepannya semakin baik, sehingga CGH tersebut benar-benar membutuhkan keriasama yang baik antara pemerintah dengan masyarakat kota. Berikut petikan wawancara peneliti :

"Program ini dimunculkan, memang untuk menjawab permasalahan lingkungan di setiap kota menjadi titik utama yang harus terus dipantau oleh pusat, banyak kami temukan masalah yang menyangkut kebersihan suatu lingkungan, efeknya sangat luar biasa sekali terhadap perkembangan suatu kota. Lingkungan sehat bukan untuk orang lain, melainkan untuk kita





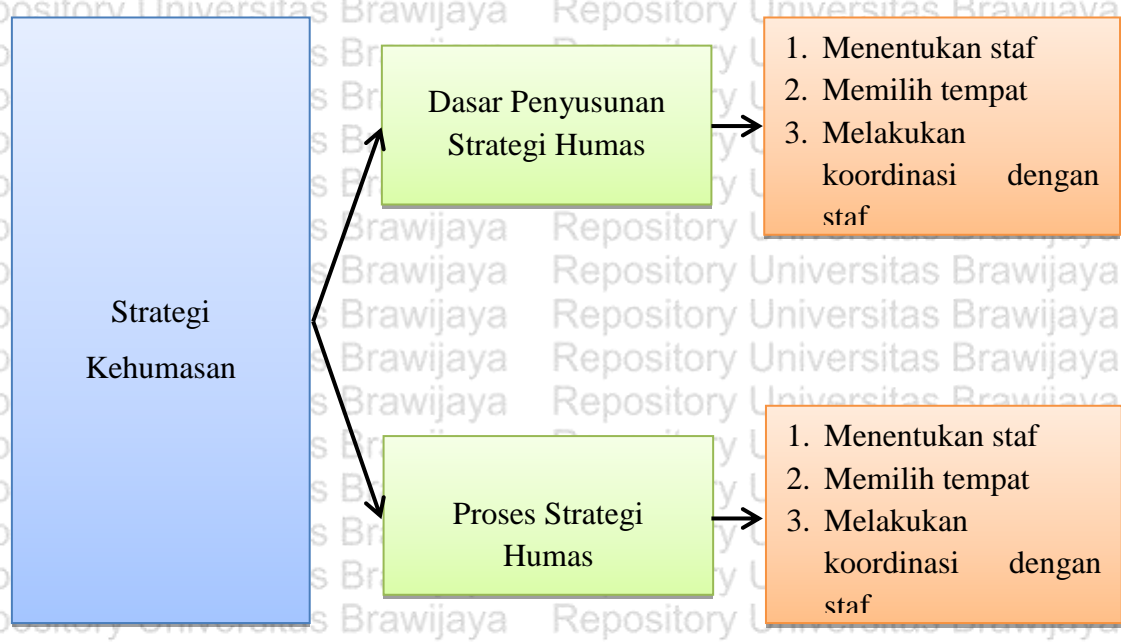
sendiri tanpa harus selalu diingatkan terus mereka sudah sadar sendiri".
(Wawancara Senin, 10 April 2017).

Pernyataan di atas juga sepakat dengan yang disampaikan oleh Sayuti Sayuti, S.Pdi selaku Kasubbag Pengumpul informasi Humas Setda Pemerintah Kota Balikpapan, beliau mengatakan bahwa :

"Program CGH adalah suatu kegiatan dalam menciptakan keadaan, situasi dan kondisi Kota Balikpapan agar bersih lingkungannya yang dipenuhi pepohonan sejuk, dan rindang. Kembali kepermasalahan awal banyak kita temukan kesadaran masyarakat yang masih kurang, penebangan hutan secara liar, dan timbulnya masalah kesehatan. Kita melihat itu menjadi pandangan pemerintah untuk mengambil sikap bijak" (Wawancara Senin, 17 April 2017).

Dari beberapa pemaparan oleh beberapa informan penelitian, penulis menyimpulkan bahwa selama itu masyarakat diibaratkan hanya hidup secara pasrah saja, mengikuti peraturan yang ada tetapi belum tentu menjalankannya dengan baik kadang sifat ini menjadi terbiasa apabila masyarakat semakin acuh terhadap masalah lingkungan. Seiring dengan berjalannya waktu permasalahan lingkungan semakin meningkat yaitu menyangkut bersih, hijau dan sehat. Banyaknya sampah-sampah yang tidak dikelola dengan baik akan menjadi pencemaran lingkungan, kemudian pepohonan semakin habis karena sering ditebangi, dan tidak hanya masalah kesehatan di lingkungan perkantoran saja, tetapi masalah kesehatan ini juga akan berdampak pada lingkungan sekolah.

Hadirnya program CGH yang telah digulirkan semenjak tahun 2008 di Kota Balikpapan, diharapkan dapat menjawab serta menyelesaikan permasalahan secara kompleks yang terjadi di lingkungan Kota Balikpapan bisa semakin baik.



Gambar 5. Mind Mapping Proses Strategi Humas Pemerintah Daerah Balikpapan

Sumber : Data Hasil Olahan Penelitian

Sosialisasi adalah kegiatan untuk mengkomunikasikan hal-hal baru kepada masyarakat. Dalam hal ini Pemerintah Kota melakukan sosialisasi program CGH kepada masyarakat Kota Balikpapan. Sebelumnya masyarakat masih kurang menyadari pentingnya kebersihan lingkungan, seiring jalannya waktu permasalahan lingkungan menjadi suatu masalah yang sangat kompleks bagi perkembangan kota. Efek ini tidak hanya masyarakatnya saja, tapi juga pihak pemerintahan kota, yang mana tugas pemerintah adalah menjalankan peran dan tanggung jawabnya untuk negara.

Melihat hal tersebut dari berbagai sudut pandang secara kritis, tentunya semua pihak-pihak terkait tidak ingin terus berada dalam masalah, akhirnya pemerintah beserta jajarannya membentuk ide-ide kreatif untuk menangani permasalahan tersebut. Salah satunya adalah membentuk program CGH yang fokus pada lingkungan suatu kota.

Tujuan diluncurkannya program ini adalah membentuk sikap mandiri dan aktif dalam berbagai hal mengenai permasalahan lingkungan yang nantinya tujuan akhir adalah mengurangi permasalahan yang terjadi pada lingkungan yang menyangkut, kebersihan, hijau dan sehat. Keberhasilan tersebut akan mengangkat citra atau *image* sebuah kota.

c. Metode sosialisasi yang digunakan

Dalam melakukan sosialisasi CGH ini dibutuhkan metode-metode bagaimana mensosialisasikan CGH kepada masyarakat. Metode ini digunakan agar ketika melakukan sosialisasi dapat diterima dengan baik oleh semua pihak dan pesan yang disampaikan melalui sosialisasi ini pun tepat sasaran.

Berikut hasil wawancara peneliti dengan Aji Sofyan, SS.SH.MH selaku Kepala Bagain Humas Pemerintah Kota Balikpapan mengenai metode sosialisasi yang digunakan kepada masyarakat :

"Proses dalam melakukan sosialisasi ini kami lakukan di setiap kelurahan, misalnya dengan mengadakan workshop, baik sosialisasi yang kesannya formal maupun informal, kemudian kita panggil perwakilan dari tiap-tiap RT, RW dan nantinya akan disampaikan mengenai PERDA, kemudian PERDA tersebut kita sebarkan kemasyarakat kemudian di jalanpun kita sampaikan melalui spanduk-spanduk yang bertajuk lingkungan" itu akan mudah tersebar kemasyarakat ketika mereka sedang berpergian kami juga memasang spanduk atau papan penghargaan ADIPURA di jalan raya (Wawancara Jumat, 14 April 2017).

Hal senada juga disampaikan oleh Neni Dwi Wirahayu selaku Kasubid Perencanaan Program DKPP mengenai metode sosialisasi CGH, berikut kutipan wawancara peneliti :

"Dalam melakukan sosialisasi, kami sebarkan ke kelurahan-kelurahan yang ada di kota Balikpapan, nanti mereka akan membentuk tim CGH sendiri, yang dibagi menjadi 3 tim, yaitu tim teknis, tim penilai dan tim motivator, kemudian kita juga melakukan kegiatan workshop, yaa workshop-nya itu kita lakukan secara terpusat saja mas, jadi workshop-nya

kita tempatkan dalam satu tempat, misalnya di rumah Jabatan Wakil Walikota dalam workshop nanti kita berikan narasumbernya, kemudian ada roadshow lingkungan yang bertajuk CGH untuk mendatangi wilayah-wilayah RT dan RW. (Wawancara Selasa, 18 April 2017).

Hasil pemaparan dari beberapa informan mengenai metode sosialisasi dalam melaksanakan program CGH beberapa informan mengatakan bahwa metode sosialisasi membutuhkan proses perencanaan yang strategis, supaya setiap informasi yang disebar ke setiap kelurahan, masyarakat dan lingkungan agar mendapatkan hasil yang maksimal.

Melalui metode sosialisasi, dalam pelaksanaan program CGH yang dijalankan oleh pemerintah dengan pendekatan kemasyarakatan salah satunya adalah melakukan sosialisasi ke setiap daerah yang ingin dilakukan sosialisasi.

Untuk itu pemerintah melakukan sosialisasi secara langsung turun ke lapangan tempat dilakukannya sosialisasi program CGH ini. Adanya pendekatan baik secara formal maupun informal diterapkan dalam proses tersebut, oleh sebab itu metode sosialisasi CGH membutuhkan perencanaan yang baik.





Gambar 6. Kegiatan Sosialisasi CGH di Kelurahan dan RT

Sumber : Data Humas Pemerintah Kota Balikpapan

d. Media Publisitas yang digunakan

Selain proses sosialisasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Balikpapan, dalam hal ini juga membutuhkan adanya media publisitas yang tujuannya adalah sebagai sarana penyebarluasan informasi agar dapat diketahui oleh publik/masyarakat melalui media massa. Dalam sosialisasi CGH ini media-media publisitas yang digunakan adalah melalui televisi (Balikpapan), radio (SMART FM), koran (KaltimPost), lalu pamphlet, banner, dan juga spanduk. Berikut hasil wawancara peneliti dengan Aji Sofyan, SS.SH.MH selaku Kepala Bagian Humas Pemerintah Kota Balikpapan:

"Media yang digunakan untuk sosialisasi ini yaa melalui media televisi Balikpapan, radio SMART FM, banner, spanduk, brosur dan kami juga mempunyai website Balikpapan, dan facebook untuk menyampaikan aspirasi masyarakat" (Wawancara Senin, 10 April 2017).

Hal senada juga disampaikan oleh Mujahiddin selaku Staff Dari Pelaksana Pengumpul Informasi, berikut hasil wawancara oleh beliau :

"Dalam melaksanakan kegiatan sosialisasi, humas bekerjasama dengan media massa, salah satunya adalah media massa KaltimPost, karena pada saat itu Kaltim Post juga ikut mencanangkan ide-ide mengenai program CGH. Katim Post juga salah satu media terbesar dan pertama di Kalimantan Timur." (Wawancara Selasa, 11 April 2017).

Hal yang sama juga disampaikan oleh Irfan Taufik, S.Ag selaku Kasubbag Dokumentasi dan Penerbitan Humas Pemerintah Kota Balikpapan, berikut kutipan wawancara tersebut :

"Dengan media televisi, untuk menyampaikan himbauan tentang CGH kita kemudian juga punya mobil unit penerangan yang bisa secara langsung ke lingkungan-lingkungan kelurahan itu, untuk menyampaikan program CGH ini dengan sebuah pesan-pesan misalnya seperti menanam pohon, kemudian menjaga kebersihan lingkungan dengan melakukan kerja bakti massal dan sebagainya." (Wawancara Senin 10 April 2017).

Pemilihan media massa yang sesuai dengan sasaran publik sangat penting dalam tahap persiapan dan penyebaran berita. Menyadari potensi yang dimiliki media massa dalam menyebarluaskan berita dan informasi, perlu pemikiran tentang pemilihan media yang tepat dan cara-cara menggunakan media tersebut.

Pentingnya media sebagai salah satu aktifitas penunjang keberhasilan komunikasi adalah untuk menyampaikan sebuah pesan secara efektif. Berbagai media pendukung seperti brosur, pamphlet, spanduk, dan lain sebagainya digunakan humas untuk mengkomunikasikan keberhasilan program CGH di Kota Balikpapan. Adanya pamphlet yang diletakan strategis di pinggir jalan

memudahkan setiap masyarakat yang lewat untuk membacanya. Sedikit demi sedikit *mindset* masyarakat akan menyadari pesan dan makna tersebut.



Gambar 7. Tampilan Facebook Humas

Sumber: www.humas.balikpapan.go.id

Selanjutnya guna menunjang efektifitas strategi komunikasi sosialisasi program CGH, Humas Pemerintah Daerah Kota Balikpapan juga menggunakan media seperti spanduk yang bertuliskan makna dari program CGH, tidak hanya media seperti spanduk saja, tetapi humas juga menggunakan media online seperti facebook, sebagai salah satu media pendukung keberhasilan kinerja humas dalam menyampaikan maupun menerima aspirasi dari masyarakat Kota Balikpapan.

Media publisitas pada dasarnya merupakan strategi yang menerapkan prinsip-prinsip seperti menyebarluaskan informasi, memperkenalkan suatu produk maupun hal-hal lain yang patut untuk disebarluaskan, melalui mediapublisitas akan memudahkan penyebaran informasi kepada khalayak dan dengan media publisitas ini juga, suatu proses akan menjadi lebih efisien.

Seperti yang disampaikan oleh Irfan Taufik, S.Ag selaku Kasubbag Dokumentasi dan Penerbitan Humas Pemerintah Kota Balikpapan mengenai pentingnya melakukan publisitas aktivitas CGH, yaitu:

"Publikasi itu sangat penting, contohnya saja publikasi lewat radio, saya pikir adalah yang menjadi suatu barang yang mewah, kemudian radio tidak sambil oleh ruang dan waktu. bisa mendengarkan radio radio masak, orang bisa mendengarkan radio nyetir, dan juga bisa melakukan dua antara pendengar penyiar, oleh itu untuk memudahkan publikasi memilih sarana atau media yang paling efektif, supaya informasi dapat tersampaikan dengan baik". (Wawancara Senin 10 April 2017).

Dari pemaparan di atas penulis menyimpulkan bahwa dalam merancang suatu program praktik kehumasan, seorang Humas juga perlu memperhatikan teknik-teknik publikasi yang baik, dengan media apa dan bagaimana tekniknya penyampaiannya.

e. Cara Persuasi yang Dilakukan

Hal yang paling penting ketika melakukan sosialisasi CGH kepada masyarakat yaitu melakukan persuasi untuk mengajak partisipasi masyarakat, menumbuhkan motivasi masyarakat, dan menumbuhkan jiwa kemandirian supaya masyarakat lebih paham mengenai CGH, seperti yang disampaikan oleh Aji Sofyan, SS.SH.MH selaku Kepala Bagain Humas Pemerintah Kota Balikpapan sebagai berikut :

"Untuk mempersuaf masyarakat, kita lakukan komunikasi langsung, karena mengenai sosialisasi ini harus ada interaksi antara yang memberikan sosialisasi dengan yang menerima sosialisasi, jadi apabila proses komunikasi itu lancar berarti tidak ada masalah, kemudian kita juga mengumpulkan massa, misalnya ketika ada workshop kita arahkan masyarakat mengenai manfaat dari hidup bersih dan sehat, dan untuk mendukung persuasivesupaya lebih efektif lagi, kita mendatangkan pihak DKPP, BLH yang memang secara teknis mereka lebih paham mengenai CGH ini". (Wawancara Senin 10 April 2017).

Kemudian Neni Dwi Wirahayu selaku Kasubid Perencanaan Program DKPP menambahkan ,mengenai persuasif yang bertujuan memotivasi masyarakat, yaitu :

“Kalau untuk motivasi kita melakukan penilaian, misalnya diadakan lomba, itu memang saat ini yang paling mudah untuk dilakukan, Insya Allah dengan mengikuti lomba, ibaratnya akan bisa meningkatkan kebersihan lingkungan, tetapi dalam program CGH sebenarnya bukan hanya lomba saja, juga ada pendampingan dari LSM lingkungan, mengenai bagaimana pengelolaan lingkungan. Pendekatan Persusif kita lakukan secara menyeluruh di kota”. (Wawancara Selasa 18 April 2017).

Dari pemaparan diatas, penulis menyimpulkan hadirnya program CGH di Kota Balikpapan sangat baik di lingkungan masyarakat, salah satu contohnya setiap daerah memunculkan inovasi untuk berlomba-lomba menghiasi kawasan lingkungannya, terlihat jelas pada gambar dibawah ini salah satu dekorasi dengan pot bunga yang diberi warna hijau sesuai dengan temanya "*Green*" ini merupakan salah satu kawasan rumah penduduk yang mengikuti lomba CGH dengan konsep yang ramah lingkungan. Selanjutnya para pemenang lomba akan diberikan *reward* atau penghargaan oleh Pemerintah kota Balikpapan.



Gambar 8. Lomba CGH dalam Menghiasai Kawasan Lingkungan

Sumber: Data Humas Pemerintahan Kota Balikpapan

Kegiatan humas dalam sosialisasi ini, komunikasi persuasif jelas sangat dibutuhkan sebab, fungsi sentral seorang humas adalah mendukung manajemen dalam upaya mengarahkan khalayak kepada tercapainya tujuan yang sudah ditetapkan oleh suatu organisasi.

Begitu juga yang disampaikan oleh Aji Sofyan, SS.SH.MH selaku Kepala Bagian Humas Pemerintah Kota Balikpapan mengenai proses persuasif kepada masyarakat :

"Jadi mengenai proses persuasif yang kita lakukan kepada masyarakat salah satunya adalah melakukan pendekatan, bermacam-macam yah, seperti education, diadakan workshop, kunjungan ke perkampungan, lalu kita himbau mereka, kemudian tim CGH ikut memberikan penjelasan mengenai manfaat-manfaat CGH kepada masyarakat, tidak hanya melalui education saja, tetapi persuasif bisa kita lakukan melalui media massa. Perlu diketahui bahwa masyarakat Balikpapan adalah masyarakat yang sudah cerdas, cerdas dalam artian, bahwa kota Balikpapan ini sudah banyak memiliki media, media cetak, elektronik, maupun online, sehingga persuasif bisa dilakukan melalui media massa juga". (Wawancara Senin 10 April 2017).

Hal senada pun juga disampaikan oleh Sayuti, S.Pdi selaku Kasubbag Pengumpul Informasi Humas Kota Balikpapan berikut kutipan wawancara peneliti:

"Meyakinkan masyarakat memang susah-susah gampang yah mas, apalagi ini secara massa, tapi kami tim CGH disini tidak pernah putus asa ataupun menyerah untuk selalu menghimbau mereka, dengan pesan-pesan yang singkat tapi bermakna, lalu kami menjelaskan apa manfaat dari CGH, dan apa efeknya untuk Kota Balikpapan, itu kita beritahu pada mereka, baik penduduk asli maupun pendatang?". (Wawancara Selasa 18 April 2017).

Persuasif memang tidak mudah dilakukan dalam kurun waktu yang singkat, tetapi membutuhkan proses yang sangat panjang, peneliti mengamati kegiatan persuasif yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Daerah Kota Balikpapan membutuhkan proses yang cukup panjang, salah satunya harus mempersiapkan teknik penyampaian pesan yang dikemas sebaik mungkin dan bekerjasama dengan seluruh staf humas maupun staf dari pemerintah kelurahan sangat baik untuk mendukung kelancaran persuasif tersebut. Teknik Persuasif dilakukan perlahan dan sesuai prosedur yang telah ditetapkan.

f. Kendala yang Muncul saat Kegiatan Sosialisasi

Suatu kegiatan pasti tidak luput dari sebuah kendala, begitu juga dengan kegiatan sosialisasi *Clean, Green and Healthy* (CGH). Ada beberapa kendala yang muncul ketika pelaksanaan sosialisasi di lapangan. Berikut hasil wawancara peneliti dengan Aji Sofyan, SS.SH.MH selaku Kepala Bagian Humas Pemerintah

Kota Balikpapan :

“Dalam melakukan sosialisasi apabila komunikasi dapat tersampaikan dengan baik, maka komunikasi akan lancar, karena ini sifatnya mengumpulkan massa, nah kalau massanya tidak datang inilah yang jadi masalah, tetapi kalau dalam proses sosialisasi yang di kelurahan yang bertugas mengumpulkan masyarakat, apabila datang secara keseluruhan tentu menandakan keberhasilan dalam sebuah akan tapi kalau misalnya yang datang hanya 20-30% akan menjadi sebuah hambatan atau kendala”. (Wawancara Senin 10 April 2017).

Tidak ketinggalan Sayuti, S.Pdi Selaku Kasubbag Pengumpul Informasi Humas Kota Balikpapan juga menambahkan, mengenai kendala yang muncul ketika melaksanakan sosialisasi CGH:

"Yaa karena Balikpapan merupakan kota Industri, jadi kebanyakan masyarakatnya tipe-tipe mereka terkadang sibuk dengan urusan masing-masing, jadi ketika adanya sosialisasi, mereka tidak datang” (Wawancara Selasa 18 April 2017).

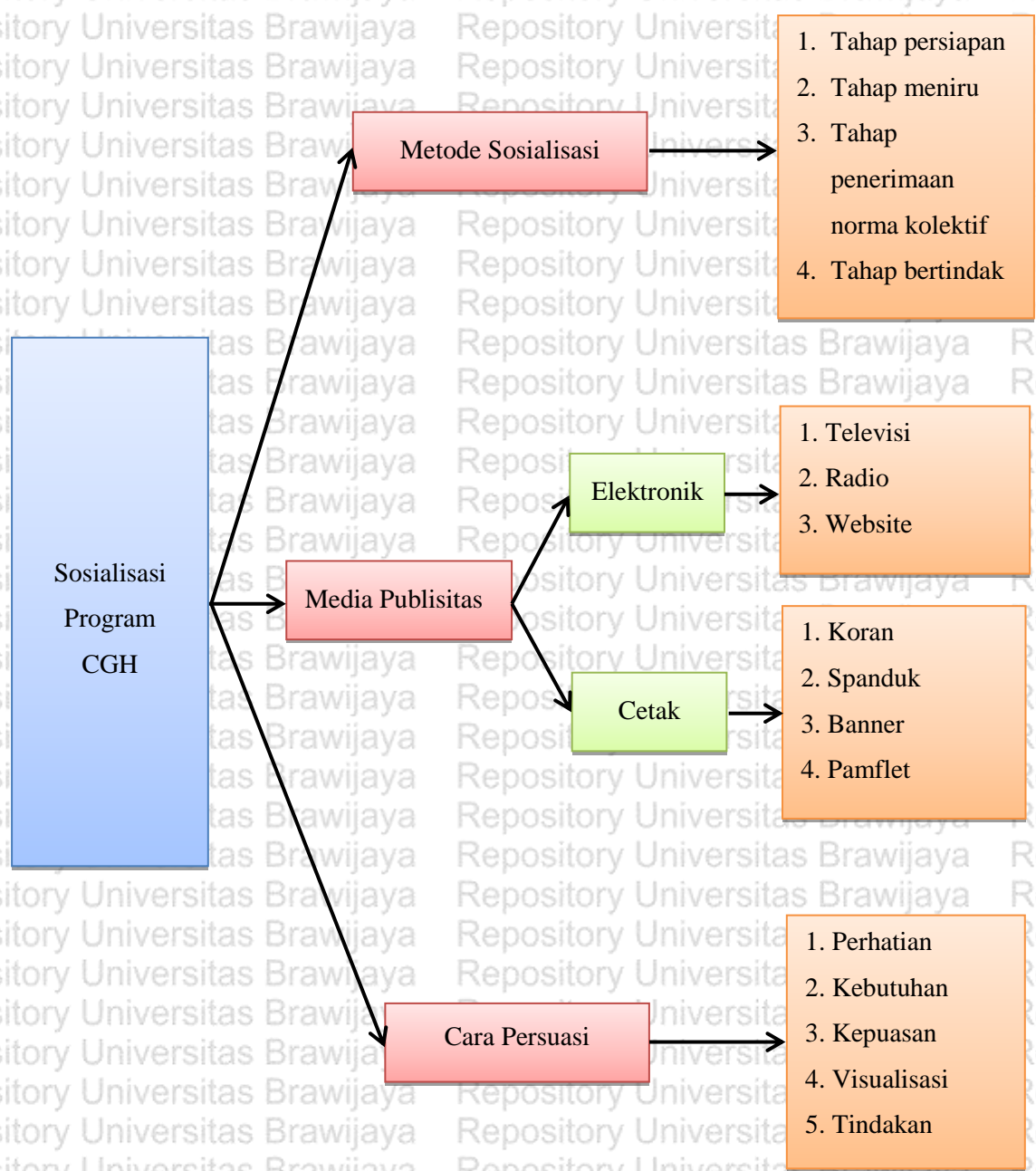
Dibalik kendala-kendala yang terjadi pada proses sosialisasi CGH, pihak pemerintah kota tetap melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan banyaknya permasalahan yang harus diselesaikan secara bertahap dan ini membutuhkan proses dalam kegiatan sosialisasi kepada masyarakat. Tidak hanya kendala di lingkup eksternal saja, di lingkup internal kami juga dari pemerintahan memiliki kendala, seperti yang di ungkapkan oleh Sayuti, S.Pdi Selaku Kasubbag Pengumpul Informasi Humas Kota Balikpapan, berikut kutipan wawancara :



"Ya karena kami disini juga tim humas sebagai tim dokumentasi dan publikasi terkadang kami memiliki kendala ataupun kekurangan mengenai sarana dan prasaran, keterbatasan SDM dari masing-masing pihak juga pasti ada, ketika melaksanakan sosialisasi, yang penting, kami tim humas pemerintah kota tidak mudah goyah apapun kendalanya, artinya kami berusaha untuk yang terbaik saja". (Wawancara Selasa 18 April 2017).

Adanya kendala yang muncul ketika melaksanakan sosialisasi, dianggap sangat dari pihak pemerintah, tetapi apapun kendalanya mereka tetap berusaha dengan wajar maksimal, seperti yang diungkapkan oleh Irfan Taufik, S.Ag selaku Kasubbag Dokumentasi dan Penerbitan Humas Pemerintah Kota Balikpapan sebagai berikut :

"Pro dan kontra itu wajar, tapi menurut kami tidak mungkin sampai terjadi pro dan kontra, karena ini menyangkut masalah lingkungan, toh manfaatnya bisa dirasakan bersama-sama kan yang jelas ini program pemerintah, kami bertugas menjalankan sebaik mungkin, tentunya akan memberikan perubahan yang baik pada masyarakat mengenai kesadaran pengelolaan lingkungan dan tentunya meminimalisasi permasalahan-permasalahan yang terjadi pada lingkungan". (Wawancara Senin 9 April 2017).



Gambar 9. Mind Mapping Sosialisasi Program CGH

Sumber: Data Hasil Olahan Penelitian

g. Evaluasi Program

Sosialisasi merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kota Balikpapan untuk menyukseskan salah satu programnya, yaitu program lingkungan yang bertajuk *Clean, Green and Healty (CGH)*. Program ini merupakan program jangka panjang yang harus diikuti oleh seluruh



masyarakat kota Balikpapan, yaitu pemerintah dan masyarakatnya. Dalam melaksanakan suatu program humas harus merancang suatu strategi yang kreatif, pada pembahasan ini penulis menjelaskan mengenai strategi humas dalam melaksanakan sosialisasi, yaitu melalui sebuah metode atau cara, sebuah perencanaan, tindakan persuasi, dan strategi-strategi lainnya. Kemudian setelah melalui tahap-tahap tersebut, tahap selanjutnya adalah evaluasi program. Evaluasi program CGH dilakukan oleh kerjasama antara DKPP, BLH, Humas, dan masing-masing Kelurahan yang terdapat di Kota Balikpapan, berikut kutipan wawancara dari Aji Sofyan, SS.SH.MH selaku Kepala Bagian Humas Pemerintah Kota Balikpapan :

“Evaluasi tentu jelas kita lakukan yah, biar sama pada saat sedang berjalan, artinya tidak semua kelurahan menjalankan kegiatan CGH ini secara bersamaan, sehingga kami tim humas bisa melakukan pemantauan dan monitoring secara bertahap dan kapan saja, kita monitoring dalam rangka melakukan evaluasi. terutama staf-staf kita melakukan observasi dilapangan, sudah sampai mana sih efektifnya program CGH ini, kita juga melakukan evaluasi menggunakan dokumentasi berupa video dan film”. (Wawancara Senin 10 April 2017).

Hal senada juga disampaikan oleh Widowati, selaku Kepala Sub Bidang Pengembangan Kapasitas Badan Lingkungan Hidup, berikut kutipan wawancara :

“Kita melihat apakah kegiatan ini benar-benar konsisten atau tidak, kalau konsisten kan ada kemajuan, bagaimana sih kondisinya sekarang, apakah masih tetap eksis apakah ada perubahan, dan apakah ada inovasi baru. Jadi kita mengevaluasi keliling di setiap RT terutama pemenang lomba CGH kemudian hasil evaluasi kita masukan ke dalam Laporan Tim Identifikasi dan Evaluasi”. (Wawancara Senin 17 April 2017).

Dari pemaparan yang telah disampaikan oleh informan penelitian mengenai hasil evaluasi program CGH, penulis menyimpulkan bahwa kegiatan humas tidak hanya sebatas perencanaan dan pengaplikasian sebuah program saja, tetapi untuk mengukur keberhasilan sebuah program salah satunya adalah melalui

tahap koreksi atau evaluasi, secara teknis pelaksanaan program CGH dilaksanakan oleh Badan Lingkungan Hidup yang berkoordinasi dengan Humas melakukan kegiatan evaluasi program CGH kemudian hasil evaluasi di masukkan kedalam laporan kegiatan tim identifikasi. Berikut contoh laporan tim evaluasi yang terlihat pada Gambar 13.

Jadwal Pelaksanaan Evaluasi ke RT - RT pemenang Lomba CGH Tahun 2010
Kota Balikpapan
Kegiatan Bersih Hijau dan Sehat (CGH) Tahun 2011

RT : 06
 KELURAHAN : MARGA SARI
 KECAMATAN : BALIKPAPAN BARAT
 NAMA KETUA RT : BAHARUDDIN SIDI
 PEMENANG LOMBA CGH PADA TAHUN : 2010

KONDISI LINGKUNGAN RT SAAT INI

1 Sampah (terpilah/tidak terpilah)	TERPILAH
2 Kebersihan Lingkungan (Drainase)	TIDAK ADA DRAINASE LAMPUNG ATAS AIR
3 TPS (terbuka/tertutup)	TERBUKA
4 Drainase	TIDAK ADA
5 Penghijauan	Penghijauan jalan buah di RT
6 Komposting	TIDAK JELAS
7 JTR	SAMPAH PLAS TIK DI LINGKUNGAN
8 Pengelolaan Air Bersih	ADA SUMPAH BUKAN
9 Pengurangan Sampah	HANYA GAMPANG PLASTIK DAN KULIT BAKULAN
10 Aktivitas KBM	1 orang

Balikpapan, 30 Juli 2011
 Petugas Pelaksana
 EMBANG SUPRIANTO

Gambar 10. Laporan Kegiatan Tim Identifikasi CGH

Sumber: Data Badan Lingkungan Hidup (BLH) Kota Balikpapan

Selanjutnya, Neni Dwi Wirahayu selaku Kasubid Perencanaan Program DKPP Neni Dwi Wirahayu selaku Kasubid Perencanaan Program DKPP juga menjelaskan mengenai evaluasi yang dilakukan oleh DKPP, berikut kutipan wawancara:

"Kalau kami dari DKPP, evaluasi yang kita lakukan secara menyeluruh saja, kebetulan kan wilayah kerja kami se Kota Balikpapan termasuk pada RT yang sudah mengikuti program CGH, jadi kita melihat memang ada RT yang sudah bisa menjaga kebersihannya, sampai meningkat great-nya, sesudah mengikuti program CGH ini minimal masyarakat lebih mengenal arti kebersihan, keindahan dan kesehatan lingkungan kota, ada juga yang mengembangkan diri melakukan inovasi-inovasi mengenai kawasannya supaya lebih berkesan". (Wawancara Selasa 18 April 2017).

Setelah melakukan evaluasi, selanjutnya humas menganalisis dari evaluasi yang telah didapat, berikut kutipan wawancara dengan Aji Sofyan, SS.SH.MH selaku Kepala Bagian Humas Pemerintah Kota Balikpapan :

"hasil evaluasi yang didapat, bisa kita sampaikan secara tertulis kepada pimpinan programnya, dan kepada stakeholder yang melaksanakan program. Setelah adanya evaluasi langkah selanjutnya yang kami ambil adalah misalnya saja kita menemukan kelemahan-kelemahan, disitulah kita memberikan saran kepada tim penyelenggara, seperti apa yang perlu dilakukan, menurut saya pandangan dari masing-masing tim berbeda". (Wawancara Senin 10 April 2017).

Dari pemaparan di atas, bahwa proses evaluasi dilakukan bersama-sama antara pihak Humas Pemerintah, Dinas Kebersihan Pertamanan dan Pemakaman (DKPP), serta Badan Lingkungan Hidup (BLH), dan juga didampingi oleh beberapa perwakilan Kelurahan dan RT. Menurut penulis terlihat jelas bahwa adanya kerja sama dan hubungan yang baik ketika pelaksanaan kegiatan CGH, selain itu di dalam acara-acara lomba CGH, Humas juga mendatangkan para wartawan dari berbagai media massa. Penulis menyimpulkan bahwa *good relationship* akan tercipta melalui komunikasi yang baik.

h. Respond an Pandangan Masyarakat terhadap kegiatan Sosialisasi Program *Clean, Green, and Healthy* (CGH)

1. Respon Kegiatan Sosialisasi Program CGH

Clean, Green, and Healthy (CGH), di Kota Balikpapan sudah bergulir sejak tahun 2008, kalau dilihat program ini memang sudah cukup lama aktif di masyarakat, dan memang program ini merupakan program jangka panjang yang dijalankan oleh Pemerintah Kota Balikpapan untuk berkomitmen ke arah mewujudkan kota yang layak huni dengan berwawasan lingkungan untuk seluruh warga kota Balikpapan. Sehingga adanya komitmen tadi, Pemerintah Kota Balikpapan membutuhkan strategi yang memang harus dibentuk untuk mensosialisasikan program CGH ini agar sedikit demi sedikit masyarakat dapat mengetahui manfaat dan keuntungan CGH ini untuk lingkungan Kota Balikpapan.

Ada berbagai macam respon dari masyarakat mengenai program CGH, artinya bagaimana respon masyarakat mengenai pelaksanaan program-program CGH tersebut, berikut kutipan wawancara dengan Aji Sofyan, SS.SH.MH selaku Kepala Bagian Humas Pemerintah Kota Balikpapan :

"Sepanjang ini berjalan, ya semenjak tahun 2009 yang saya ketahui, memang pada tahun itu image masyarakat sangat baik, kenapa? karena setiap tahun masyarakat masyarakat ditingkat-tingkat kelurahan itu selalu bertambah jumlah pesertanya, bisa kita bayangkan kan, setiap dilakukannya penyerahan reward terhadap pemenang-pemenang lomba CGH iu jumlah pesertanya selalu bertambah. Hal ini membuktikan bahwa program ini sangat diminati oleh masyarakat, bahkan kita bisa melihat ada inovasi-inovasi, contohnya ada masyarakat yang menggunakan pakaian dari daur ulang, ada pemanfaatan dari sampah-sampah yang sudah dipilah itu jadi apa, sehingga motivasi yang masyarakat menjadi lebih baik dan meningkat". (Wawancara Senin 10 April 2017).

Hal yang sama juga disampaikan oleh Karniti selaku Sekertaris Lurah Gn Sari Ilir kota Balikpapan, berikut hasil wawancara peneliti :

"Saya cukup bangga karena tujuan dari CGH ini adalah untuk membangkitkan penduduk dan menyadarkan mereka terhadap kebersihan kota maupun kesehatannya, apabila kita sudah menerapkan CGH ini, bukan hanya bersihnya saja, melainkan hijau dan sehatnya juga" dan kesadaran masyarakat perlu ditingkatkan lagi". (Wawancara Rabu 12 April 2017).

Kemudian, tidak ketinggalan Bapak Rudiyanto selaku sekertaris Trantib Kelurahan Klandasan Ulu, ikut menambahkan mengenai respon terhadap pelaksanaan program CGH, berikut kutipannya:

"Balikpapan dengan adanya CGH ini sangat baik, karena untuk menjaga lingkungan kota ini, sebuah program bukan hanya dicanangkan saja, tetapi memang harus diwujudkan secara aktual, hanya saja kesadaran masyarakat harus benar-benar menyadari akan pentingnya kebersihan, hijau, dan sehat, itu adalah modal kehidupan, apabila kita hidup dilingkungan yang bersih lingkungan yang sehat maka akan nyaman untuk melakukan aktifitas. Dan dengan adanya ini maka kita akan menuju Green." (Wawancara Senin 10 April 2017).

Masyarakat yang mengikuti program ini maupun yang menjadi tim pelaksana program, sangat antusias menjawab pertanyaan peneliti terkait adanya program CGH di Kota Balikpapan, artinya sejauh ini respon mereka sangat positif terhadap kegiatan CGH, tetapi masih ada juga sebagian masyarakat yang masih kurang kesadarannya terhadap kebersihan contohnya masih banyak yang melanggar PERDA, selama ini masyarakat kurang memahami makna kebersihan lingkungan, padahal tujuan diadakannya program ini sepenuhnya untuk masyarakat Kota, jadi baik dan buruk mengenai pelaksanaan CGH akan dirasakan oleh masyarakat.

Selain respon dari masyarakat yang mengikuti maupun yang menjadi tim pelaksana CGH, peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa wartawan

yang bekerjasama dengan pemerintah dalam pelaksanaan program CGH ini.

Hanya sekedar ingin mengetahui apa pendapat mereka tentang adanya program

CGH ini. Berikut hasil wawancara peneliti dengan Yudhi Perdana selaku wartawan di Kota Balikpapan :

“Saya sangat antusias sekali dengan adanya program CGH di Kota Balikpapan ini, karena selain meneruskan program pemerintah yang salah satu tujuannya adalah menjadikan kota Balikpapan ini sebagai Kota bersih, indah dan sehat, juga merupakan program yang melibatkan masyarakat untuk benar-benar menjaga kebersihan lingkungannya untuk menciptakan kebersihan lingkungan artinya benar-benar menumbuhkan kesadaran. Jadi program ini memang sangat positif sekali di Kota Balikpapan”. (Wawancara Senin 17 April 2017).

Hal yang serupa juga disampaikan oleh Debi (Laki-Laki: 32), salah satu wartawan dari radio SMART FM. Berikut kutipan wawancara :

“Saya sebagai warga Balikpapan sangat senang sekali, inilah yang merubah mindset masyarakat yang dulunya tidak hidup teratur sekarang jadi lebih hidup teratur, nah sekarang kan juga sudah diberlakukan bahwa membuang sampah harus tepat pada waktunya sesuai PERDA, di TPS dipasang mengenai PERDA itu.” (Wawancara Kamis 20 April 2017).

Setelah peneliti mendapatkan informasi dari beberapa informan penelitian, peneliti juga ingin mengetahui hasil langsung dilapangan, sesuai hasil observasi yang telah didapat, peneliti mengamati pamphlet PERDA yang dipasang di Tempat Pembuangan Sampah (TPS). Adanya PERDA tersebut agar masyarakat mematuhi aturan PERDA yang telah ditetapkan oleh pemerintah mengenai peraturan membuang sampah.

Melalui hasil wawancara tersebut bahwa adanya program masyarakat CGH ini merasakan nyaman dengan adanya kegiatan tersebut. Menurut mereka masing-masing dari program CGH ini sangat memiliki manfaat yang besar bagi lingkungan Kota Balikpapan. Ada yang merasa bahwa Balikpapan semakin maju dengan adanya CGH ini dan semakin dikenal di luar daerah mengenai

kebersihannya. Kemudian peneliti juga ingin mengetahui pendapat dari Debi (Laki-Laki: 32), salah satu wartawan dari radio SMART FM, mengenai seberapa baik humas pemerintah Kota dalam menjalin *relation* dengan para wartawan, berikut hasil wawancara yang direkam oleh peneliti, mengenai hubungan baik antara wartawan dan pemerintah :

"Kalau hubungan para wartawan dengan humas, terjalin karena adanya hubungan baik, misalnya kita dari pihak wartawan sering melakukan shariing dengan pihak humas juga, sama halnya juga dengan humas ketika sharing dengan para wartawan dari berbagai media massa. Jadi tidak ada istilahnya sesuatu yang ditutup-tutupi, yang terpenting kita selalu bekerjasama dalam pemerintahan dan saling mendukung semuanya. Seperti ketika kita memberitakan apa yang ada dipemerintahan dan masyarakat, pemerintah sendiri harus memberikan transparansi kepada pihak wartawan. Berdasarkan UUD Publik tahun 2009 kalau tidak salah mas". (Wawancara Kamis 20 April 2017).

Hal yang sama juga disampaikan oleh Yudhi Perdana (Laki-laki:35 tahun)

Wartawan dari Balikpapan Post, berikut kutipan wawancara :

"Kalau namanya saja sudah humas berarti hubungan masyarakat kan mas, menurut kami koordinasinya ya harus baik dong, jadi kalau mbaknya liat banyaknya kami sebagai wartawan berada di ruangan humas ini sudah dapat menggambarkan kalau hubungan wartawan dengan pihak humas sangat baik". (Wawancara Senin 17 April 2017).

Dari pemaparan tersebut, terbukti bahwa hubungan Humas Pemerintah Daerah Kota Balikpapan dengan para wartawan menciptakan suasana yang baik.



Gambar 11. Mind Mapping Respon Masyarakat terhadap kegiatan Sosialisasi Clean, Green and Healthy (CGH)

Sumber: Data Hasil Olahan Peneliti

2. Pandangan Masyarakat Mengenai Image Kota “Kaltim Green”

Program CGH yang telah aktif di kota Balikpapan menjadi komitmen pemerintah untuk terus meningkatkan kota tersebut, dengan adanya program ini, akhirnya Balikpapan masuk dalam nominasi kota Kaltim Green dengan predikat *Clean, Green and Healthy City* dan juga telah mendapatkan penghargaan di bidang lingkungan, yaitu Adipura, Kalpataru, sertifikat *clean Land* dari Esc (*environmentally sustainable cities*) se Asean, dan penghargaan-penghargaan lainnya yang masih banyak lagi, oleh sebab itu peneliti juga ingin mengetahui bagaimana pandangan masyarakat mengenai *image* Kota Minyak ini sebagai Kota Kaltim Green. Berikut wawancara peneliti dengan masyarakat yaitu Adi Wibowo (laki-Laki : 30 tahun) yaitu :

"Balikpapan punya wacana 5248, yaitu 52 untuk kawasan hijau dan 48 untuk pembangunannya, termasuk juga seperti yang dikatakan pak lurah potensi batu bara hampir 60% tidak salah berdasarkan hasil penelitian Geologi tahun 2007 itu merupakan potensi Balikpapan tidak untuk dimanfaatkan, hanya untuk diketahui saja, sampai kedepannya berdasarkan rpjm kita itu, istilahnya tidak akan kita gali laah potensi dari batu bara tersebut. Apabila kembali ke pertanyaan tadi kesan saya sih semoga saja kota Balikpapan tetap dipertahankan seperti ini dan lebih ditingkatkan khususnya dari segi kebersihan, kerapian, dan penghijauan. Karena apabila melihat kota-kota modern berbicara tentang ekositi yaitu kota yang berwawasan lingkungan". (Wawancara Senin 10 April 2017).

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Sumeri, selaku Kepala Lurah Gunung Sari Ulu, berikut kutipan wawancara :

"Yaa saya sangat senang apalagi sudah 19 kali, tetapi sekarang penilaian ADIPURA sangat susah dan persaingannya sangat ketat kalau dulu hanya kota kecil dan kota sedang, sekarang penilaian terhadap kota-kota besar. Artinya bobot penilaian semakin berat. Pak Wali juga menginformasikan seluruh masyarakat untuk tahun ini taat peduli supaya kita bisa menggandeng ADIPURA lagi" (Wawancara Selasa 11 April 2017).

Berdasarkan pengamatan penulis, mengenai keberhasilan program CGH, adanya program CGH di masyarakat, telah memunculkan inovasi-inovasi baru dan menumbuhkan kreatifitas di setiap lingkungan RT, contoh hasil observasi peneliti dilapangan yaitu peneliti mengunjungi salah satu kelurahan Telagasari di Jalan Perapatan tepatnya di RT 01 yang menjadi pemenang terbaik kedua lomba CGH 2017, peneliti melihat langsung kegiatan pengolahan sampah yang di daur ulang menjadi kerajinan tangan, melihat apakah memang ada alat pengolah kompos, dan mengamati kawasan lingkungan RT tersebut apakah bersih atau tidak. Dari hasil pengamatan Peneliti memang benar adanya progam CGH telah menumbuhkan jiwa mandiri dan kreatif di lingkungan masyarakat.



Gambar 12. Kawasan Lingkungan CGH RT 01

Sumber: Dokumentasi Penelitian April 2017

Program CGH di Kota Balikpapan menjadikan Kota Balikpapan mendapat juara kebersihan tingkat nasional hingga internasional. Selain itu program CGH ini tidak hanya sekedar memberikan dampak positif untuk Kota Balikpapan saja, tetapi warga masyarakat juga ikut merasakan dampak positifnya, contohnya pada gambar yang terlihat diatas mengenai kegiatan yang rutin dilakukan oleh warga RT 01 Kelurahan Telagasari, warga melakukan kegiatan mendaur ulang sampah menjadi kerajinan tangan, menghias, dan merawat tanaman yang di cat berwarna hijau sesuai dengan tema "Green", adanya tempat pembuatan kompos yang terletak di sudut pinggir jalan daerah RT 01 yang di cat berwarna hijau. Dan kawasan CGH RT 01 terlihat bersih.

Prestasi Kota Balikpapan di bidang kebersihan sudah tidak diragukan lagi apalagi kebersihan sudah meningkat pada motto kotanya "Beriman", yakni Bersih, Indah, Aman dan Nyaman. Menurut data dari Dinas Kebersihan Pertamanan dan Pemakaman (DKPP) Balikpapan telah mendapatkan sembilan belas kali penghargaan Adipura dan juga penghargaan lainnya di bidang kebersihan lingkungan, diantaranya adalah Kalpataru, sertifikat Esc kategori *Clean Land*, dan masih banyak lagi. Adipura yang diterima oleh kota Balikpapan adalah milik

masyarakat Balikpapan. Tanpa ada dukungan dan peran aktif dari masyarakat, tidak mungkin Balikpapan menerima Adipura. Dan ini merupakan keberhasilan bagi masyarakat, instansi swasta pemerintah kota Balikpapan.

D. Pembahasan

Pada bagian ini peneliti membahas lebih dalam mengenai hasil penelitian yang sudah disajikan sebelumnya, Pembahasan hasil penelitian ini merupakan perpaduan antara temuan yang diperoleh di lapangan dengan kajian teori yang sesuai kemudian dianalisis sehingga dapat menjawab rumusan masalah yang diangkat dan ditarik kesimpulan dari penelitian ini.

1. Peran Bagian Humas Dalam Sosialisasi Program *Clean, Green and Healthy* (CGH) Pada Pemerintah Kota Balikpapan.

a. Dasar Penyusunan Strategi Sosialisasi bagian Humas

Clean, Green, and Healthy (CGH) sudah bergulir semenjak tahun 2008 di Kota Balikpapan. Setelah program ini diluncurkan, wajib bagi seluruh staf di pemerintahan Kota Balikpapan untuk menyusun strategi yang baik agar program CGH ini dapat sampai ke masyarakat. Sehingga dibentuklah strategi humas untuk melakukan sosialisasi program CGH ini kepada masyarakat Kota Balikpapan. Hal ini yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Balikpapan, mereka membentuk strategi kehumasan untuk melancarkan proses sosialisasi CGH ini. Seperti yang dikatakan oleh Grant (1997:11) bahwa strategi merupakan suatu rencana keseluruhan dalam memanfaatkan sumber daya untuk memperoleh kedudukan yang menguntungkan.

Untuk strategi kehumasan sendiri Pemerintah Daerah Kota Balikpapan melakukan kegiatan sosialisasi. Kegiatan sosialisasi merupakan media untuk

memperkenalkan atau mempromosikan produk atau program baru kepada masyarakat. Kegiatan sosialisasi ini dianggap yang paling efektif karena langsung mengenai sasarannya. Selain itu juga melalui kegiatan sosialisasi ini, Pemerintah Daerah Kota Balikpapan dapat langsung bertatap muka dengan para masyarakat, dan masyarakat juga bisa secara langsung mengerti pengaplikasian kegiatan CGH dilapangan. Sehingga dalam pengkomunikasian program tersebut bisa lebih efektif.

Dalam mensosialisasikan CGH strategi kehumasan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Balikpapan, yaitu mereka mewajibkan bagi seluruh para staf dipemerintahan untuk teriun ke lapangan melakukan sosialisasi. Dibentuklah sebuah tim-tim kecil lalu mereka ditempatkan di tempat yang akan dilakukan sosialisasi. Strategi yang sesungguhnya membutuhkan perencanaan yang baik, agar tujuan yang ingin disampaikan tepat sasaran dan menghasilkan tujuan yang diinginkan.

Para staf memposisikan dirinya sebagai seorang humas yang dituntut untuk bisa menjalin hubungan komunikasi yang efektif kepada masyarakat. Diharapkan dengan menjalin hubungan komunikasi yang efektif dengan masyarakat akan mendapatkan *feedback* yang baik juga. Humas pada pemerintahan kota Balikpapan ini adalah sebagai teknik komunikasi (Uchjana, 2006:18), dimana humas melakukan hubungan dengan publik di luar dan di dalam organisasi dengan jalan komunikasi serta menyebarkan informasi secara teratur mengenai kebijaksanaan, perencanaan, dan hasil yang telah dicapai. Sudah tentu komunikasi yang dilakukan tidak sembarangan, melainkan dengan cara-cara disertai seni-seni komunikasi tertentu.

Hal terpenting dalam pengertian ini humas merupakan tugas semua pimpinan organisasi, apakah organisasi itu berbentuk jawatan, perusahaan, dan sebagainya, yang memiliki *public intern* dan *public ekstern* sebagai sasaran kegiatan (Uchjana,2006:18). Oleh karena itu, staf-staf di pemerintahan Kota Balikpapan yang ditunjuk sebagai humas untuk melakukan kegiatan sosialisasi CGH dituntut untuk lebih komunikatif agar mendapat kepercayaan dari masyarakat tentang CGH.

Seperti yang disampaikan oleh bapak Aji Sofyan selaku Kepala Humas Pemerintah Kota Balikpapan, beliau mengatakan bahwa seluruh staf dijadikan sebagai humas untuk melakukan kegiatan sosialisasi CGH. Selain kegiatan dalam sosialisasi ini seluruh staf humas pemerintah kita diwajibkan untuk turut serta terjun ke lapangan untuk mensosialisasikan program CGH. Dalam melakukan proses penyusunan strategi humasnya sendiri, pihak pemerintah melakukan pemilihan beberapa staf dari divisi-divisi, lalu dibentuklah kelompok-kelompok kecil, selanjutnya kelompok-kelompok tersebut akan ditempatkan ditempat yang sudah ditentukan untuk melakukan kegiatan sosialisasi.

Menurut Ruslan (2008:142), humas berfungsi untuk menciptakan iklim yang kondusif dalam mengembangkan tanggung jawab serta partisipasi antara humas dengan masyarakat (khalayak sebagai sasaran) untuk mewujudkan tujuan bersama. Fungsi tersebut dapat diwujudkan melalui beberapa aspek-aspek pendekatan atau strategi humas:

1) Strategi operasional

CGH ini dikenalkan melalui pelaksanaan program humas yang dilakukan dengan pendekatan masyarakat, melalui mekanisme sosial kultural dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat.

a) Pendekatan persuasif dan edukatif

Humas menciptakan komunikasi dua arah (timbang balik) dengan menyebarkan informasi tentang CGH dari organisasi kepada publik yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan, maupun dengan melakukan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi, dan lainnya.

b) Pendekatan tanggung jawab sosial humas

Menumbuhkan sikap tanggung jawab sosial bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan ditujukan untuk mengambil keuntungan sepihak dari publik sasarnya (masyarakat) namun untuk memperoleh keuntungan bersama.

c) Pendekatan kerja sama

Berupaya membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik hubungan ke dalam (*internal relations*) maupun hubungan keluar (*external relations*) untuk meningkatkan kerjasama. Humas berkewajiban memasyarakatkan misi instansi yang diwakilinya agar diterima oleh atau mendapat dukungan dari masyarakat (publik sasarnya).

Strategi humas di atas menunjukkan bahwa seorang humas dalam menentukan strategi kehumasannya harus memperhatikan keempat aspek tersebut. Karena keempat aspek tersebut sangat menunjang keberhasilan dari proses strategi humas yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kota Balikpapan dalam mensosialisasikan CGH kepada masyarakat Kota Balikpapan.

b. Proses Penyusunan Strategi Humas.

Proses penyusunan strategi humas yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kota Balikpapan sangatlah sederhana. Mereka memilih beberapa staf dari berbagai divisi, lalu dibentuk kelompok-kelompok, setelah itu baru mereka ditempatkan pada tempat yang akan dilakukan sosialisasi. Kemudian kegiatan CGH ini juga dikoordinir oleh seluruh kelurahan di Kota Balikpapan dan di pantau oleh DKPP dan BLH. Semua staf pemerintahan dituntut untuk bisa melakukan komunikasi dengan baik oleh masyarakat dengan melakukan berbagai aspek strategi humas, yaitu melakukan strategi operasional, melakukan pendekatan persuasif dan edukatif, pendekatan tanggung jawab sosial, dan pendekatan kerja sama.

Keempat aspek ini sangat dibutuhkan bagi staf-staf yang sudah ditunjuk untuk melakukan strategi kehumasan. Seperti yang sudah dikemukakan oleh narasumber terpilih bahwa proses penyusunan strategi humas mengalir begitu saja. Mereka melakukan kegiatan sosialisasi sesuai dengan prosedur yang sudah ditentukan oleh pihak Pemerintah Kota, selanjutnya mereka tinggal melaksanakan saja apa yang sudah menjadi ketentuan yang ada.

Selama peneliti melakukan penelitian di Humas Pemerintah Kota Balikpapan proses penyusunan strategi humas hanya dilakukan seadanya saja.

Mereka hanya sekedar membentuk suatu kelompok untuk diurungkan ke lapangan untuk melakukan kegiatan CGH kepada masyarakat. Sebagai satu-satunya corong pemerintahan Kota Balikpapan mereka harus mempersiapkan bagaimana penyusunan strategi kehumasan yang tepat. Karena hal ini sangat dibutuhkan mengingat program CGH membutuhkan strategi khusus yang nantinya akan tepat sasaran. Dalam menyusun sebuah strategi pun dibutuhkan manajemen yang baik, yang terdiri dari unsur perencanaan, pengorganisasian, pengarahan serta pengendalian. Kesemua tersebut dimaksudkan bersama dapat tercapai dengan baik, serta tidak terjadi agar tujuan penyimpangan dari apa yang telah direncanakan semula.

Menurut Ruslan (2008:134) yang mengatakan bahwa strategi humasan alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan kehumasan dalam kerangka suatu rencana humas. Sudah sangat jelas bahwa dari pengertian tersebut terlihat jika strategi humas membutuhkan sebuah manajemen. Aktifitas humas sebagai salah satu fungsi manajemen organisasi melalui 3 bentuk yang berkaitan dengan fungsi tersebut sebagai berikut.

1. Manajemen Mekanik

Manajemen mekanik ini melakukan *forecasting* (peramalan) di masa mendatang, *planning* (rencana), dan *organizing* (pengorganisasian).

2. Manajemen Dinamik

Manajemen dinamik terdiri dari unsur-unsur *commanding and directing* (komando dan pengarahan), *coordination* (koordinasi), dan *controlling* (pengawasan).

3. Manajemen Relasi

Hubungan atau relasi publik merupakan salah satu tugas manajemen humas yang utama dalam manajemen perusahaan.

Aktifitas humas dalam sebuah fungsi manajemen diatas harus dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kota Balikpapan. Karena Pemerintahan di Kota Balikpapan sudah mempunyai bagian kehumasan, yang khusus untuk menangani berbagai kegiatan pemerintah. Sehingga dibutuhkan suatu fungsi manajemen humas yang baik dalam sebuah organisasi. Dengan adanya fungsi manajemen humas pemerintahan akan lebih terstruktur dengan baik.

c. Metode sosialisasi yang Digunakan dalam sosialisasi Program CGH

Sosialisasi merupakan pengertian yang mencakup proses memahami dalam yaitu: masyarakat, bagaimana masyarakat disini dapat memahami arti dua arah pentingnya kebersihan lingkungan dan juga mematuhi dan menjalankan peraturanyang telah ditetapkan oleh pemerintah. Menurut pengertian petama, sosialisasi adalah kegiatan yang dilakukan Pemerintah Daerah Kota Balikpapan untuk mengkomunikasikan programnya, dalam hal ini adalah program CGH dan mendiskusikan manfaatnya bila mematuhi program ini dengan baik.

Pada pengertian kedua, sosialisasi adalah proses Pemerintah Daerah Kota Balikpapan melebur dan memahami masyarakat, hal ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan aturan yang baik untuk masyarakat dalam mengikuti program CGH, sekaligus menjawab permasalahan lingkungan yang menyangkut kebersihan, hijau dan sehat.

Dengan mengetahui permasalahan lingkungan di lapangan, Pemerintah Daerah Kota Balikpapan berusaha memperbaiki apa yang kurang dan apa yang

sudah baik. Proses sosialisasi dapat dimaknai sebagai menuju sukses program CGH di Kota Balikpapan yang kegiatannya dapat dengan baik di masyarakat. Hal ini akan menentukan dukungan masyarakat terhadap program CGH. Keadaan yang demikian menjadi yang kuat bagi terjalinnya hubungan yang saling menguntungkan antara Pemerintah Daerah Kota Balikpapan dengan seluruh masyarakatnya.

Dalam melakukan sosialisasi CGH, Pemerintah Kota Balikpapan (Pemkot) menerapkan berbagai macam sosialisasi untuk memperkenalkan kepada masyarakat. Metode sosialisasi yang dilakukan oleh pihak Pemkot CGH adalah dengan mengadakan kerja bakti massal, aksi penanaman sejuta pohon, perlombaan CGH yang dilombakan di tingkat RT, kelurahan, Kecamatan sampai tingkat kota, adanya sekolah Adiwiyata atau sekolah sehat, program Bank Sampah, kawasan antirokok, jalan sehat sekota Balikpapan, CGH *on the street*, dan lainnya.

Menurut William G. Scoot (dalam Aziz, dkk 2006:12) sosialisasi dipengaruhi oleh 5 faktor yaitu:

1) *The Act* (Tindakan)

Tindakan komunikasi menginginkan pemakaian simbol-simbol atau lambang yang telah disepakati dan dimengerti dengan baik dalam hubungan-hubungan antar manusia. Dalam hal ini tindakan komunikasi adalah kegiatan mensosialisasikan CGH masyarakat kota Balikpapan yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kota Balikpapan (Pemkot) sebagai upaya untuk menjawab keluhan para masyarakat.

2) *The Scene* (Adegan)

Adegan sebagai salah satu faktor dalam komunikasi menekankan dengan lingkungan komunikasi. Adegan ini menjelaskan apa yang digunakan, dan arti dari apa yang dikatakan. Dengan lakukan, symbol adegan merupakan apa yang dimaksudkan yakni sesuatu yang akan Pengertian ini dikomunikasikan, melalui simbol apa, sesuatu itu dapat dikomunikasikan. Dalam hal ini hak Pemerintah Daerah Kota Balikpapan ingin mengkomunikasikan dan melakukan penyuluhan tentang kegiatan CGH tersebut, hal ini diwujudkan dalam kegiatan sosialisasi.

3) *The Agen* (Pelaku)

Pelaku adalah para individu yang mengambil bagian dalam hubungan komunikasi. Pengirim dan penerima yang terlibat dalam hubungan komunikasi ini adalah contoh dari pelaku komunikasi tersebut, dimana perannya sering kali saling menggantikan dalam situasi komunikasi yang berkembang dan bersifat interaktif. Dalam hal ini Pemerintah Daerah Kota Balikpapan (Pemkot) adalah sebagai pengirim, sedangkan pihak penerima adalah masyarakat sebagai penduduk yang bermukim di kota Balikpapan yang diberi sosialisasi.

Melalui kegiatan sosialisasi, akan terjadi hubungan timbal balik antara Pemerintah Daerah Kota Balikpapan (Pemkot) dan masyarakat. Dimana Pemkot memiliki kepentingan untuk melakukan kegiatan kehumasan berupa sosialisasi yang dapat memberikan edukasi dan pemahaman baru bagi masyarakat tentang CGH sedangkan masyarakat membutuhkan bukti dari manfaat program ini.

4) *The Agency* (Perantara)

Perantara adalah alat-alat yang dipergunakan dalam komunikasi.

Dalam hal ini adalah komunikasi lisan maupun komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh pihak Pemerintah Daerah Kota Balikpapan dengan masyarakat.

Selain itu juga melalui koran, radio, televisi, poster, banner, pamflet yang berisikan tentang himbauan CGH. Media atau perantara ini penting untuk diperhatikan, karena di tiap hal memiliki budaya dan bahasa yang berbeda, maka untuk menciptakan suasana yang kondusif selama kegiatan sosialisasi, diperlukan persiapan yang matang.

5) *The Purpose* (Tujuan)

Tujuan fungsional (*The Functional Goals*): tujuan yang secara pokok adalah untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi/lembaga. Tujuan fungsional dalam kegiatan sosialisasi ini adalah memperkenalkan tentang program CGH kepada masyarakat. Selama ini masyarakat hanya hidup pasrah saja, tidak mau berkontribusi terhadap lingkungan, dan masih banyak lagi. Sehingga dengan diluncurkannya CGH ini masyarakat dapat memahami dengan baik, dan tidak ditemukan lagi berbagai keluhan mengenai permasalahan kebersihan yang juga menyangkut kesehatan.

Kelima faktor sosialisasi tersebut sangat diterapkan oleh Pemerintah Kota Balikpapan dalam melakukan kegiatan sosialisasi CGH kepada masyarakat.

Diharapkan dengan pendekatan kelima faktor tersebut dapat memperlancar jalannya kegiatan sosialisasi CGH di masyarakat.



Selain itu lewat proses sosialisasi, individu-individu dalam masyarakat belajar mengetahui dan memahami kebiasaan atau nilai apa saja yang harus dilakukan dan apa yang tidak harus dilakukan (Narwoko dan Suyanto, 2004:74).

Menurut George Herbert Mead Henslin. (2006:68), sosialisasi yang dilalui seseorang dapat dibedakan melalui empat tahap yaitu:

a) **Tahap Persiapan** (*Preparatory Stage*). Tahap ini dialami sejak manusia dilahirkan. Saat seorang anak mempersiapkan diri untuk mengenal dunia sosialnya, termasuk untuk memperoleh pemahaman tentang diri.

b) **Tahap Meniru** (*Play Stage*). Tahap ini ditandai dengan semakin lamanya seorang anak menirukan peran-peran yang dilakukan oleh orang dewasa. Pada tahap ini mulai terbentuk kesadaran tentang nama diri dan siapa nama orang tuanya, kakaknya, dan lain-lain. Anak mulai menyadari tentang apa yang dilakukan seorang ibu dan apa yang diharapkan seorang ibu dari anak. Dengan kata lain, kemampuan untuk menempatkan diri pada posisi orang lain juga mulai terbentuk pada tahap ini.

c) **Tahap siap bertindak** (*Game Stage*). Peniruan yang dilakukan sudah mulai berkurang dan digantikan oleh peran yang secara langsung dimainkan sendiri dengan penuh kesadaran. Kemampuannya menempatkan diri pada posisi orang lain pun meningkat, sehingga memungkinkan adanya kemampuan bermain secara bersama-sama. Pada tahap ini lawan berinteraksi semakin banyak dan hubungannya semakin kompleks. Individu mulai berhubungan dengan teman-teman sebaya di luar rumah. Peraturan-peraturan yang berlaku di luar keluarganya secara bertahap juga mulai dipahami. Bersamaan dengan





itu, anak mulai menyadari bahwa ada norma tertentu yang berlaku di luar keluarganya.

- d) **Tahap penerimaan norma kolektif** (*generalized stage*). Pada tahap ini seseorang telah dianggap dewasa. Dia sudah dapat menempatkan dirinya pada posisi masyarakat secara luas. Dengan kata lain, ia dapat bertenggang rasa tidak hanya dengan orang-orang yang berinteraksi dengannya, tapi juga dengan masyarakat luas. Manusia dewasa menyadari pentingnya peraturan, kemampuan bekerja sama, bahkan dengan orang lain yang tidak dikenalnya secara mantap. Manusia dengan perkembangan diri pada tahap ini telah menjadi warga masyarakat dalam arti sepenuhnya.

Sama halnya dengan sosialisasi CGH yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kota Balikpapan kepada masyarakat Kota Balikpapan, keempat tahap ini juga harus berlaku, dimana pada **Tahap Persiapan**, diibaratkan para masyarakat yang ada di wilayah Kota Balikpapan sebagai seorang anak kecil yang baru lahir, belum tahu sama sekali bagaimana tata cara mengikuti CGH yang baik dan benar.

Masyarakat mulai mempersiapkan diri untuk mengenal CGH. Kemudian berlanjut kepada **Tahap Meniru** yang diibaratkan dengan terbentuknya kesadaran di antara masyarakat Kota Balikpapan, tentang apa itu CGH dan apa saja kegiatannya.

Pada **Tahap Bertindak**, masyarakat secara langsung berperan dalam pelaksanaan kegiatan CGH. Perlahan-lahan masyarakat aktif mendaftarkan perlombaan CGH, mereka tertarik dengan berbagai manfaat yang didapat dari program ini, selain itu adanya perlombaan CGH di kawasan-kawasan rumah penduduk membuat mereka lebih semangat untuk membuat inovasi-inovasi baru.

Di tahap akhir yaitu, **Tahap Penerimaan Norma Kolektif**, diibaratkan masyarakat Kota Balikpapan dianggap sudah memahami bagaimana bentuk dari kegiatan CGH tersebut dan bagaimana aplikasinya dilapangan. CGH bisa membuat masyarakat nyaman di lingkungan kotanya sendiri, ini bisa lebih menjaga dan mencintai sumber daya alam yang telah di wariskan oleh nenek moyang kita.

d. Media Publisitas yang digunakan dalam melakukan sosialisasi Program *Clean, Green and Healthy* (CGH)

Publisitas merupakan segala kegiatan yang dilakukan untuk mengenalkan perusahaan/produk/program kepada masyarakat melalui media massa (Kriyantono, 2008:40). Begitu juga yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kota Balikpapan dalam mengenal program CGH. Saat ini publisitas banyak digunakan praktisi agar informasi tentang perusahaan/organisasi maupun produk/program dapat humas tersebar luas ke masyarakat. Dalam hal ini Pemerintah Daerah Kota Balikpapan melakukan publisitas untuk program CGH, media publisitas yang digunakan adalah media elektronik maupun cetak. Dari segi media elektronik Pemerintah Daerah Kota Balikpapan menyebarkan informasi melalui televisi, radio, dan website. Selain itu dari segi media cetak berupa koran (nasional maupun lokal, brosur, banner, spanduk, dan masih banyak lagi).

Kesemuanya dilakukan untuk menyebarluaskan informasi bahwa Pemerintah Daerah Kota Balikpapan menggalakkan program CGH. Sejauh pengamatan peneliti saat melakukan penelitian di Pemerintah Daerah Kota Balikpapan publisitas yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Balikpapan cukup maksimal. Pada tiap-tiap pinggiran jalan raya terpasang spanduk dan *pamphlet*

yang berisikan CGH, dan kalimat "ayo rebut kembali Adipura". Sengaja spanduk di tempatkan di jalan raya agar terlihat lebih jelas oleh masyarakat, serta tidak ketinggalan pameran-pameran pawai CGH, dengan diikuti oleh siswa-siswi dari tingkat SMP dan SMA di Kota Balikpapan, yaitu CGH *on the street*.

Melakukan publisitas sangatlah penting bagi organisasi pemerintah, agar masyarakat dapat lebih dekat dan bisa mengetahui informasi-informasi terbaru apa yang dilakukan oleh pemerintah, karena semua kegiatan di pemerintahan masyarakat perlu tahu dan masyarakat perlu terlibat. Media publisitas itu sendiri juga memiliki kekurangan dan kelebihan. Berikut adalah kekurangan dan kelebihan dari mediapublisitas (Kriyantono, 2008:46).

1. Kekurangan.

a. Tidak dapat dikontrol (*no control over the message*)

Karena sifatnya tidak membayar atas pemberitaan, maka seorang humas tidak mempunyai wewenang untuk menentukan agar dimuat, kapan informasi itu disiarkan, di mana dimuatnya, dan bagaimana cara memuatnya.

b. Tidak dapat mengontrol jenis informasi yang dimuat

Setiap berita atau informasi di media menimbulkan konsekuensi (dampak) publisitas bagi perusahaan, terlepas apakah humas secara sengaja mengirim informasi ke media atau tidak.

c. *Nonpersonal Communication*

Publisitas bersifat satu arah, yaitu informasi yang dimuat media di mana khalayak hanya bisa membaca atau melihat tanpa ada kemungkinan dialog interaksi langsung.



2. Kelebihan

a. Publisitas mengandung kredibilitas tinggi di mata khalayak media (*high credibility*)

Khalayak masyarakat dianggap lebih mempercayai publisitas yang dikemas dalam sajian berita. Di mata khalayak,

- 1) informasi atau berita tersebut adalah fakta yang tidak direkayasa.
- 2) Penulis berita (yang menceritakan) bukan perusahaan, tetapi media.
- 3) Media di mata khalayak dianggap sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya.
- 4) Informasi atau berita yang disajikan tidak mengesankan berisi pesan-pesan menjujal.

b. Publisitas tidak membayar

Yang dimaksud tidak membayar adalah tidak memerlukan biaya untuk sewa kolom surat kabar, slot waktu untuk radio dan televisi atau ruang untuk media luar ruang.

c. Publisitas memungkinkan cerita lebih detail tentang produk dan perusahaan. Ini karena bentuk penyajiannya berita yang biasa secara lengkap mengandung unsur 5W+1H (*what, who, where, why, when, dan how*). Bisa menjelaskan produk yang rumit. Tepat juga untuk produk baru pada saat *launching*. Sekali diiklankan, maka nilai beritanya menurun.

Pembuatan media publisitas memang harus diperhatikan dengan baik, agar pesan yang ingin disampaikan dapat sampai kepada khalayak. Pemerintah Daerah Kota Balikpapan sudah melakukan publisitas yang baik mengenai program CGH

kepada masyarakat. Sehingga dengan publisitas yang baik dapat mempengaruhi seluruh masyarakat kota Balikpapan yang awalnya tidak baik menjadi lebih baik.

e. Cara Mempersuasi Masyarakat

Menurut Kenneth E. Andersen (Uchjana, 2006:79) persuasi adalah suatu proses komunikasi antar personal dimana komunikator berupaya dengan menggunakan lambang-lambang untuk mempengaruhi kognisi penerima, jadi secara sengaja mengubah sikap atau kegiatan seperti yang diinginkan komunikator.

Dalam mensosialisasikan *Clean, Green and Healthy* (CGH) kepada masyarakat, dibutuhkan persuasi yang baik. Persuasi ini berkaitan erat dengan materi atau tema yang akan disampaikan pada saat kegiatan sosialisasi berlangsung. Dan tema yang paling sering digunakan oleh pihak Pemerintah Daerah Kota Balikpapan adalah edukasi tentang manfaat program CGH dan pengelolaan lingkungan ke arah yang lebih baik.

Kegiatan humas yang dilakukan oleh pihak Pemerintah Daerah Kota Balikpapan arahnya adalah edukasi kepada masyarakat, karena dengan menanamkan edukasi yang baik kepada masyarakat maka akan mendapatkan manfaat yang baik juga. Dalam hal ini Pemerintah Daerah Kota Balikpapan melakukan persuasi agar dapat mempengaruhi masyarakat supaya aktif dalam kegiatan CGH. Pada umumnya dikenal dua model proses persuasi, berikut penjabarannya (Suprpto, 2009:79):

1. Model Psikodinamik

Model ini didasarkan pada teori perbedaan-perbedaan individu dalam pengaruh komunikasi massa. Menurut model ini, pesan-pesan komunikasi

sesuai dengan kehendak komunikator. Dengan kata lain, kunci keberhasilan persuasi terletak pada kemampuan mengubah struktur psikologis internal individu sehingga hubungan psikodinamik antara proses internal yang laten (motivasi, sikap, dan lain-lain) dengan perilaku yang diwujudkan sesuai dengan kehendak komunikator. Dalam hal ini pihak komunikator ada pada Pemerintah Kota Balikpapan, yaitu Humas yang melakukan persuasi pada masyarakat tentang CGH. Di sini komunikator dituntut untuk mengubah struktur psikologis internal yang ada pada masyarakat sehingga hubungan psikodinamik antara proses internal seperti motivasi, sikap, dan lain-lain dapat diwujudkan oleh komunikator.

2. Model Sosial Budaya

Model sosial budaya dalam proses persuasi didasarkan pada anggapan bahwa pesan-pesan komunikasi massa dapat digunakan untuk mengarahkan seorang individu agar menerima gejala yang telah didukung kelompok. Hal itu sebagai dasar individu untuk bertindak. Jadi dapat dideskripsikan bahwa dalam model sosial budaya ini proses persuasi yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kota Balikpapan digunakan untuk mengarahkan masyarakat agar dapat menerima pesan yang telah didukung oleh Pemerintah Kota Balikpapan. Hal tersebut akan membuat masyarakat untuk bertindak dari apa yang telah mereka dapatkan.

Teori persuasi menawarkan sejumlah nasihat kepada kita mengenai bagaimana sebaiknya mengusahakan proses meyakinkan orang lain. Begitu pula dengan apa yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kota Balikpapan dalam mempersuasi masyarakat. Teori persuasi sangat dibutuhkan, karena



jika kita hanya memberikan informasi banyak masyarakat tidak akan tergerak untuk mencoba, tetapi apabila disertai contoh hasil di lapangan beserta manfaatnya masyarakat dengan sendirinya akan berpikir dengan membandingkannya, mereka akan lebih terpersuasi dengan melihat hasil dari kegiatan CGH, Sehingga diharapkan masyarakat kota Balikpapan yang awalnya tidak peka menjadi lebih peka.

Selain itu dalam kegiatan sosisasi CGH ini, Pemerintah Daerah Kota Balikpapan juga melakukan langkah-langkah untuk meyakinkan masyarakat terhadap program CGH, yaitu (Tubs dan Moss, 1996:132):

1) Perhatian

Pertama kita harus membangkitkan perhatian khalayak. Dilakukan di bagian pengantar. Dalam kegiatan sosialisasi CGH kepada masyarakat Kota Balikpapan membangkitkan keingintahuan anggota kelompok masyarakat dengan memberikan penyuluhan yang berisi informasi mengenai CGH dan juga tata cara mengikuti lomba-lomba CGH, sehingga masyarakat Kota Balikpapan menjadi termotivasi untuk mendapatkan informasi yang lebih banyak lagi mengenai CGH

2) Kebutuhan

Kita harus memperlihatkan bahwa ada sebuah masalah yang sedang langsung, kita nyatakan kebutuhan secara jelas dan kita dramatisir. Sehingga membangkitkan kebutuhan untuk memecahkan suatu permasalahan. Dalam kegiatan sosialisasi CGH kepada masyarakat Kota Balikpapan, Pemerintah Daerah Kota Balikpapan sebagai agen sosialisasi menjelaskan permasalahan yang terjadi pada lingkungan, sehingga masyarakat tertarik untuk

memperoleh solusi dari permasalahan tersebut. oleh karena itu Pemerintah Daerah Kota Balikpapan mensosialisasikan CGH kepada masyarakat Kota Balikpapan untuk mengatasi permasalahan yang terjadi pada lingkungan.

3) Kepuasan

Dalam hal kepuasan kita harus bisa memberikan solusi terhadap permasalahan. Dalam kegiatan sosialisasi CGH, pihak Pemerintah Daerah Kota memberikan solusi mengenai permasalahan Balikpapan yang terjadi pada lingkungan, yaitu dengan meluncurkan program CGH ini diharapkan dapat mengatasi permasalahan yang terjadi pada lingkungan dan masyarakat bisa lebih nyaman dalam melakukan segala aktivitas.

4) Visualisasi

Kita harus memberikan gambaran pada khalayak tentang keuntungan dari diadakannya program tersebut. Dalam hal ini pihak Pemerintah Daerah Kota Balikpapan memberikan gambaran tentang keuntungan mengikuti CGH. Dengan tertib mengikuti CGH, masyarakat bisa aktif secara mandiri dalam mengelola lingkungan, dan lebih kreatif menonjolkan inovasi inovasi baru seperti membuat kerajinan dari daur ulang sampah.

5) Tindakan

Dan yang terakhir kita harus menyebutkan hal-hal yang dapat dilakukan oleh khalayak. Dalam hal ini Pemerintah Kota Balikpapan menginformasikan kepada masyarakat kota Balikpapan agar segera tertib mengikuti kegiatan ini, tujuannya supaya terhindar dari permasalahan-permasalahan yang terjadi selanjutnya.

f. Respon Masyarakat Terhadap Kegiatan sosialisasi Program Clean, Green and Healthy (CGH)

Hadirnya suatu program atau produk baru yang muncul dikalangan masyarakat sudah pasti menimbulkan berbagai macam pendapat maupun respon-respon yang harus diperhatikan oleh pemerintah maupun masyarakat sendiri. Hal itu ini dikarenakan organisasi pemerintahan meluncurkan program yang sasarannya adalah masyarakat, maka masyarakat selaku orang yang terlibat untuk merespon apapun yang dilakukan oleh pemerintah. Karena pemerintah tidak hanya sekedar mengeluarkan program, menjalankannya, setelah itu melepasnya, tetapi pemerintah membutuhkan respon dari masyarakat baik respon negatif atau positif, tujuannya akan menjadikan gambaran bagi pemerintah mengenai kekurangan dari program tersebut.

Dibutuhkan berbagai cara untuk meyakinkan masyarakat terhadap CGH. Mulai dari menjalin kedekatan antara pihak Pemerintah Daerah Kota Balikpapan dengan publiknya, lalu melakukan kegiatan sosialisasi, melakukan publisitas persuasi, evaluasi dan edukasi, serta efektifitas komunikasi. Masyarakat berhak menilai apapun mengenai CGH ini, akan tetapi ada beberapa hal yang perlu diketahui bahwa pemerintah meluncurkan program ini tidak hanya menjawab persoalan yang terjadi, tetapi pemerintah juga pada akhirnya harus berinovasi dengan hal yang baru seiring dengan perkembangan jaman yang semakin maju dengan berbagai macam kemudahan teknologi.

Ketika peneliti melakukan penelitian pada Pemerintah Daerah Kota Balikpapan peneliti menemukan berbagai macam respon masarakat tentang adanya program CGH ini. Kebanyakan dari mereka mengatakan bahwa banya



manfaat yang didapat dari CGH ini, diantaranya adalah mengharuskan kita sebagai warga yang baik bersikap mandiri, mencintai lingkungan, menjaga sumber daya alam, serta menaati peraturan dengan bijak. Tujuan program ini memang dibuat oleh pemerintah dengan berpedoman "dari masyarakat untuk masyarakat".

Kemudian beberapa informasi yang peneliti dapatkan ketika dilapangan, bahwa masih ada beberapa warga yang tidak taat peraturan, misalnya mereka masih melanggar perda. membuang sampah bukan pada tempatnya, adanya pemulung pengemis yang sudah tidak boleh ada di Balikpapan tetapi masih saja di langgar, tidak memanfaatkan sampah yang masih bernilai ekonomis, tidak mengetahui aturan tata tertib jam membuang sampah, dan masih banyak lagi.

Dalam hal ini Pemerintah Daerah Kota Balikpapan secara perlahan-lahan terus mengingatkan pelanggaran-pelanggaran yang terjadi di lapangan, dengan proses dan waktu yang cukup lama dan dibutuhkan komunikasi yang efektif agar masyarakat semakin memahami apa pesan yang disampaikan oleh pihak pemerintah. Setiap kegiatan kehumasan tidak terlepas dari adanya komunikasi.

Untuk mencapai program yang efektif dibutuhkan pula sistem komunikasi yang efektif kepada publik sarannya. Adapun tanda-tanda komunikasi yang efektif menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss (Rakhmat. 2001:13) paling tidak menimbulkan lima hal yaitu:

- 1) Pengertian

Pengertian artinya penerimaan yang cermat dari isi stimuli seperti yang dimaksud oleh komunikator. Kegagalan menerima isi pesan secara cermat disebut kegagalan komunikasi primer. Jadi dijelaskan bahwa masyarakat dituntut untuk

memiliki rasa pengertian terhadap apa yang ia dapatkan dari seorang komunikator.

Jika masyarakat merasa menerima dengan adanya CGH ini maka stimuli yang dilakukan oleh komunikator berhasil.

2) Kesenangan

Dalam menyampaikan pesan atau informasi pemerintah selaku komunikator jangan hanya membentuk pengertian tetapi juga membangun hubungan yang akrab dengan masyarakat sehingga akan menimbulkan kesenangan antara keduanya.

3) Mempengaruhi Sikap

Pemerintah selaku komunikator dituntut untuk mempengaruhi masyarakat dengan melakukan komunikasi persuasif sehingga komunikator harus memahami benar faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi komunikasi yang pada akhirnya kan mendapatkan *feedback* yang baik.

4) Hubungan Sosial Yang Baik

Komunikasi juga ditujukan untuk menumbuhkan hubungan sosial yang baik. Manusia adalah makhluk sosial dan tidak tahan hidup sendiri. Dalam hal ini diposisikan bahwa antara Pemerintah Daerah Kota Balikpapan dan masyarakat sangat membutuhkan satu sama lain. Kebutuhan sosial ini hanya dapat dipenuhi dengan komunikasi interpersonal yang efektif.

5) Tindakan

Di atas kita sudah membicarakan tentang persuasi sebagai komunikasi untuk mempengaruhi sikap. Persuasi juga ditujukan untuk melahirkan tindakan yang dikehendaki. Komunikasi untuk menimbulkan pengertian memang sukar,





tetapi lebih sukar lagi mempengaruhi sikap. Begitu juga menggerakkan masyarakat dalam jumlah massa yang sangat banyak tidaklah semudah membalikkan telapak tangan di butuhkan suatu koordinasi yang baik. Dengan terus melakukan komunikasi yang efektif suatu saat perubahan akan terjadi dari seorang individu yang awalnya tidak sadar menjadi sebaliknya, tergantung juga dengan situasi.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul Strategi Pemerintah Daerah Kota Balikpapan dalam sosialisasi Program *Clean. Green and Healthy* (CGH) Kepada Masyarakat Untuk Membangun *Image* Kota "Kaltim Green", dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Strategi humas yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kota Balikpapan untuk melakukan kegiatan sosialisasi CGH kepada masyarakat kota Balikpapan adalah dengan melakukan penyusunan strategi humas itu sendiri, yaitu dengan mewajibkan bagi seluruh staf di Pemerintahan Kota Balikpapan mulai dari Humas Pemerintah Kota Balikpapan, Kelurahan, Kecamatan, RT, DKPP dan BLH untuk melakukan sosialisasi CGH, lalu melakukan pemilihan tempat yang akan dilakukan kegiatan sosialisasi, dan selanjutnya melakukan koordinasi kepada setiap Stap Pemerintahan yang ikut dalam proses kegiatan sosialisasi, agar dapat berjalan sesuai dengan yang sudah disusun dan mendapat apresiasi yang bagus dari masyarakat.
2. Kegiatan sosialisasi *Clean, Green, And Healthy* (CGH) yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kota Balikpapan yaitu dengan menerapkan metode sosialisasi yaitu, dengan tahap persiapan, tahap meniru, tahap bertindak, serta tahap penerimaan norma kolektif. Kesemua tahap tersebut diaplikasikan saat melakukan sosialisasi di tempat-tempat dimana masyarakat dikumpulkan



dalam satu tempat, misalnya di Balai Kelurahan, RT dan RW, kemudian *workshop* CGH di Rumah Jabatan Wakil Walikota Balikpapan.

3. Selama Kegiatan Sosialisasi *Clean, Green, and Healthy* (CGH) Pemerintah Kota Balikpapan juga mendapat respon yang beragam dari masyarakat Kota Balikpapan. Ada berbagai macam pendapat dari masyarakat yang mengatakan bahwa mereka senang ada program CGH di kota Balikpapan, yaitu memberikan rasa aman dan nyaman bagi seluruh warga di kota Balikpapan untuk melakukan aktifitasnya dan masyarakat bisa lebih berinovasi dalam mengelola daerah yang menjadi kawasan tempat tinggal mereka, serta kreatif dan produktif dalam kegiatan di RT.

B. Saran

Ungkapan lingkungan menjadi penentu estetika kota sangatlah relevan, karena Balikpapan memang memiliki potensi besar dan prospektir untuk berkembang dan kerjasama untuk memajukan Kota Balikpapan dalam nuansa Kota Beriman, Bersih, Indah, Aman, dan Nyaman tentu sangat diperlukan dan semua ini menjadi tanggung jawab kita bersama. Adapun saran yang diberikan oleh peneliti adalah :

1. Untuk lebih mengefektifkan kegiatan kehumasan yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kota Balikpapan dalam sosialisasi *Clean, Green and Healthy* (CGH), yang seharusnya dilakukan adalah menyusun strategi yang baik, dengan menggunakan analisis SWOT, lalu memperluas lokasi kegiatan CGH, dan melakukan koordinasi agar dalam kegiatan sosialisasi CGH dapat berjalan dengan lancar.

2. Respon dari masyarakat diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat bagi Pemerintah Daerah Kota Balikpapan selaku pusat pemerintahan di Kota Balikpapan yang memiliki tanggung jawab besar terhadap perkembangan kota. Dengan adanya respon yang beragam dari masyarakat mengenai CGH, maka hal itu dapat memberikan motivasi yang baik kepada seluruh staf di pemerintahan kota tersebut untuk selalu memberikan yang terbaik bagi masyarakat.
3. Program *Clean Green and Healthy* (CGH) yang telah dijalankan pemerintah Kota Balikpapan, adalah sepenuhnya diberikan kepada masyarakat, sehingga dalam hal ini tidak hanya pemerintah saja yang bekerja sendiri, tetapi masyarakat juga harus memiliki koordinasi dan tanggung jawab yang besar dalam pengaplikasiannya, penulis menyarankan sebaiknya tanpa harus selalu disosialisasi masyarakat juga harus memiliki jiwa kemandirian yang aktif dalam setiap permasalahan lingkungan kota Balikpapan.
4. Semua kegiatan *Clean, Green and Healthy* (CGH) merupakan hasil kerjasama dan komitmen dari berbagai kalangan, baik pemerintah, kalangan swasta, pengusaha dan seluruh lapisan masyarakat yang jelas menciptakan budaya bersih, hijau dan sehat di lingkungan masyarakat memang tidak semudah membalikan telapak tangan. Namun semua itu membutuhkan proses dan upaya yang rutin serta pengendalian diri yang terkontrol dan itu semua harus disikapi semangat proaktif yang dilandasi niat yang mulia, bukannya suatu hal yang mustahil, program Balikpapan bersih, hijau dan sehat bisa terwujud dan terus dipertahankan, jika komitmen yang kuat terus dipegang bersama, baik oleh Pemerintah maupun masyarakat luas. Dengan langkah itu

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdurrachman, Oemi. 2001. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Anonim, 2004. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 tentang
- Pemerintahan Daerah. Jakarta: Sekretariat Negara
- Arsyad, L. (1999) *Pengantar Perencanaan dan Pembangunan Ekonomi Daerah*, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta.
- Bratakusumah, Deddy Supriady & Riyadi. 2005. *Perencanaan Pembangunan Daerah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Bryant, C and White LG. 1989. *Manajemen Pembangunan* (terjemahan). Jakarta: LP3ES
- Bryson, Jhon M. (2007). *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Cutlip, Center and Broom. 2006. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Djaja, Danan. 1985. *Peranan Humas Dalam Perusahaan*. Bandung: Alumni.
- Faludi, Andreas. (1973). *Planning Theory :Urban and Regional Planning Series Volume 7*. Oxford, Pergamon Press.
- Ginjar Kartasasmita, (1996). *Pembangunan Untuk rakyat :Memadukan pertumbuhan dan Pemerataan, Jakarta, Cides*.
- Gunawan, Imam. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktek*. Jakarta, Bumi Aksara.
- Hasan, Erliana. 2005. *Komunikasi Pemerintahan*. Penerbit PT Refika Aditama.
- Ibrahim, Amin. (2009). *Pokok-Pokok Administrasi Publik dan Implementasinya*. Bandung, PT. Refika Aditama.
- Ihromi. 2004. *Bunga Rampai Sosiologi Keluarga*. Jakarta: Obor Indonesia.
- Kertajaya, Hermawan dan Yuswohady. 2005. *Attracting Tourist, Traders, Investors. Strategi Memasarkan Daerah*, Penerbit Gramedia. Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajat (2012). *Perencanaan Daerah, Bagaimana Membangun Ekonomi Lokal, Kota Dan Kawasan*. Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Moleong, Prof.DR. Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya Bandung.

Moleong, Lexy, J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Miles, Matthew B. & A. Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Buku *Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Cet 1. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).

Narwoko, J. Dwi, Bagong Suyanto. 2004. *Sosiologi, Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta: Kencana Prenada Media.

Nasution, S. 2011. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Edisi Pertama, Cetakan kedua belas. Jakarta: Bumi Aksara.

Nawawi, Hadari. 2005. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Oliver, Sandra. *Strategi Public Relations*. 2007. Jakarta: Erlangga.

Public Relations Management menurut Mc Elreath, (*Managing System and Ethical Public Relations*, 1993, Madison, Wisconsin: Brown & Mark).

Poerwadarminta, W.J.S. 1995. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Balai Pustaka

Riyadi dan Deddy Bratakusumah. (2004). *Perencanaan Pembangunan Daerah: Strategi Menggali Potensi Dalam Mewujudkan Otonomi Daerah*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Rumanti, Sr Maria Assumpta. 2002. *Dasar-dasar PR Teori dan Praktis* Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

Ruslan, Rosady. (2008). *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada Indonesia.

Sadono Sukirno, 1994. *Pengantar Teori Ekonomi Makro*. Penerbit Raja Grafindo, Jakarta

Sedarmayanti. 2004. *Good Governance: Membangun Sistem Manajemen Kinerja Guna Meningkatkan Produktivitas Menuju Good Governance*. Bandung: Mandar Maju.

Siagian, P. Sondang, 2008, *Administrasi Pembangunan, Konsep, Dimensi dan Strateginya*, Bumi Aksara, Jakarta.

Siti Irene Astuti D. 2009. *Desentralisasi dan partisipasi dalam Pendidikan*, Yogyakarta: UNY

Soekanto, Soerjono, 2002, *Teori Peranan*, Bumi Aksara. Jakarta

Soemirat S dan Ardianto. 2003. *Dasar-dasar Public Relations*. PT Remaja Rodsakarya Offset. Bandung.

Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta Bandung.



Sumampouw, Monique. 2004. *Perencanaan Darat-Laut yang Terintegrasi dengan Menggunakan Informasi Spasial yang Partisipatif*. Jacob Rais, et al. Menata Ruang Laut Terpadu, Pradnya Paramita, Jakarta

Suyatno, Bagong dan Sutinah. 2005. *Metode Penelitian Sosial Berbagai alternative pendekatan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Sumarmi. 2006. *Upaya Peningkatan Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ruang Terbuka Hijau (RTH)*. 2010

Tjiptono, Fandy. 1995. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjokroamidjojo, Bintoro (1995). *Pengantar Administrasi Pembangunan*. Jakarta, PT. Pustaka LP3ES Indonesia.

Tjokroamidjojo, Bintoro (1995). *Perencanaan Pembangunan*. Jakarta, PT. Toko Gunung Agung.

Tjokroamidjojo, B. (1996), *Perencanaan Pembangunan*, Edisi ke -19, PT Gunung Agung , Jakarta.

Uchjana, Effendy Onong. 2006. *Hubungan. Masyarakat: Suatu studi Komnikologi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Venus, Antar. *Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan kampanye Komunikasi*. 2009. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Wasesa Agung Silih. 2005. *Strategi Public Relations*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama 213.

Wazir Ws, 1999. *Panduan Penguatan Menejemen Lembaga Swadaya Masyarakat*. Jakarta : Sekretariat Bina Desa

Internet

<http://www.balikpapan.go.id> (diakses pada tanggal 20 Desember 2016)

<http://www.bandung-greatpeople.com/> (diakses pada tanggal 20 November 2016)

http://www.balikpapan_pos.co.id/index.php?mib_berita.detail&id-67925 (diakses tanggal 20 November 2016)

<http://balikpapaners.com/balikpapaners/index.php/news/balikpapan/2605-balikpapan-raih-penghargaan-kota-sehat-2011.html>

<http://www.cocoes.com/unik-balikpapan-dinobatkan-jadi-kota-terbersih-nomor-2-di-asean> (diakses pada tanggal 20 Desember 2016)

<http://www.kaskus.us/showthread.php?t=8463233>

http://id.wikipedia.org/wiki/tonomi_daerahhtm (diakses pada tanggal 20 November 2016)

[http://id.wikipedia.org/wiki/Citra_\(Hubungan_Masyarakat\)](http://id.wikipedia.org/wiki/Citra_(Hubungan_Masyarakat)) (diakses tanggal 26 Desember 1:55 PM)



LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara Penelitian

Pedoman wawancara (*interview Guide*)

“Strategi Pemerintah Daerah Dalam Mensosialisasikan Program *Clean, Green, And Healthy* (CGH) Sebagai Upaya Membangun Citra *Kaltim Green*”

(Studi Pada Humas Kota Balikpapan)

A. Kepala Humas Setda Pemerintah Kota Balikpapan

1. Apakah Strategi Sosialisasi Program CGH itu ?
2. Apa alasan dibentuknya program *Clean, Green, and Healthy* (CGH) itu ?
3. Kapan awal mula dibentuknya program CGH ini ?
4. Kenapa menggunakan Strategi Sosialisasi ?
5. Bagaimana cara Humas Pemerintah Kota Balikpapan menentukan strategi Sosialisasi dalam upaya membentuk Image kota Balikpapan sebagai kota *Kaltim Green* ?
6. Bagaimana langkah awal yang dilakukan Humas Setda Pemerintah Kota Balikpapan dalam upaya membentuk image kota Balikpapan sebagai Kota *Kaltim Green*?
7. Apa saja langkah-langkah yang dijalankan oleh Humas Setda Pemkot Kota Balikpapan dalam menjalankan strategi Sosialisasi program *Clean, Green, and Healthy* (CGH) ?
8. Apa saja bentuk program atau kegiatan yang dilakukan Humas Setda Pemerintah Kota Balikpapan dalam upaya membentuk Image kota Balikpapan sebagai kota *Kaltim Green*?

9. Kapan kegiatan-kegiatan sosialisasi tersebut dilakukan ?
10. Berapa lama kegiatan tersebut dilakukan ?
11. Melalui media apa saja kegiatan tersebut di sosialisasikan ?
12. Hambatan-hambatan apa saja yang ditemui dalam melaksanakan semua program-program yang telah dibuat ?
13. Bagaimana hubungan Humas pemerintah Balikpapan dengan pers Kota dan Media ?
14. Bagaimana hubungan Humas Pemerintah Kota Balikpapan dengan Dinas pendidikan ?
15. Bagaimana hubungan Humas pemerintah Kota Balikpapan dengan industri-industri yang beroperasi di kota Balikpapan ?
16. Setelah program-program tersebut dilakukan, apakah Humas Pemerintah Kota Balikpapan melakukan evaluasi ?
17. Kapan evaluasi tersebut dilakukan ?
18. Bagaimana proses evaluasi tersebut dilakukan ?
19. Apa hasil evaluasi yang didapat ?
20. Bagaimana langkah selanjutnya yang diambil setelah melakukan proses evaluasi ?
21. Bagaimana respon masyarakat terkait dengan strategi sosialisasi program CGH yang dilakukan oleh Humas Setda Kota Balikpapan dalam upaya membentuk image kota Balikpapan sebagai kota Kaltim *Green* ?
22. Bagaimana Strategi humas untuk program-program selanjutnya ?





B. Anggota Staf

1. Program atau kegiatan apa yang sering dilakukan Humas Kota Balikpapan dalam upaya membentuk image kota Balikpapan sebagai kota Kaltim *Green* (Kota Sehat)?
2. Seberapa jauh keterlibatan para staf Humas Setda Pemerintah Kota Balikpapan dalam merancang strategi sosialisasi program CGH dalam upaya membentuk Image kota Balikpapan sebagai kota Kaltim *Green*?
3. Bagaimana kegiatan tersebut dilakukan?
4. Kapan kegiatan tersebut dilakukan?
5. Apa peran anggota staf dalam menjalankan strategi sosialisasi untuk membentuk image kota Balikpapan sebagai kota Kaltim *Green*?
6. Media apa saja yang sering digunakan oleh Humas Setda Pemerintah Kota Balikpapan dalam menyosialisasikan program clean. Green and Healthy (CGH)?
7. Menurut anda media apa yang mempunyai pengaruh besar dalam membantu menjalankan strategi sosialisasi yang dilakukan oleh Humas Setda Pemerintah Kota Balikpapan?
8. Menurut anda, sejauh ini program atau kegiatan yang dilakukan oleh Humas Setda Kota Balikpapan dalam upaya menjalankan program sudah efektif atau tidak?

9. Apakah kekurangan dan kelebihan dari pelaksanaan sosialisasi program *Clean, Green and Health*

10. Saran anda mengenai program-program lingkungan yang telah dilakukan oleh humas pemerintah kota Balikpapan dalam upaya meningkatkan image Kota Balikpapan sebagai Kota Kaltim *Green*?

C. Masyarakat sampel diambil dari 5 kelurahan dikota Balikpapan

1. Apakah anda mengetahui sosialisasi program CGH?

2. Apakah masyarakat mengikuti kegiatan dari program CGH?

3. Seperti apa bentuk kegiatan CGH yang diikuti oleh masyarakat?

4. Menurut anda, bagaimana strategi sosialisasi yang dilakukan oleh Humas Setda Pemerintah Kota Balikpapan? Apakah sudah berjalan dengan baik atau kurang maksimal?

5. Apakah anda sebagai masyarakat Kota Balikpapan tertarik dengan adanya program CGH yang dilakukan oleh Humas pemerintah Kota Balikpapan? jelaskan ketertarikan anda mengenai program tersebut?

6. Menurut anda, kegiatan apa saja yang sering dilakukan Humas Setda Pemerintah Kota Balikpapan dalam upaya membentuk *Image* (citra) kota Balikpapan sebagai kota Kaltim *Green*?

7. Apakah kegiatan tersebut sudah efektif?

8. Setelah ikut berpartisipasi, langkah apa yang dilakukan oleh Humas supaya masyarakat tetap termotivasi terhadap program-program yang lingkungan yang dijalankan oleh Humas Pemerintah Kota Balikpapan
9. Apa yang dilakukan oleh Humas pemerintah kota Balikpapan dalam menjalin hubungan baik dengan para masyarakat?
10. Bagaimana kesan anda mengenai perkembangan lingkungan kota Balikpapan?
11. Bagaimana kesan anda mengenai Balikpapan sebagai kota *Kaltim Green*?
12. Apakah menurut anda Kota Balikpapan telah mengalami perkembangan positif dalam masalah pengelolaan lingkungannya?
13. Saran anda mengenai sosialisasi program *Clean, Green, and Healthy* (CGH) Kota Balikpapan ?

Lampiran 2. Hasil Observasi Lokasi Penelitian



Lampiran 3. Surat Izin Penelitian Humas Pemerintah Kota Balikpapan



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

Jl. MT. Haryono 163, Malang 65145, Indonesia

Telp. : +62-341-553737, 568914, 558226 Fax : +62-341-558227

http://fia.ub.ac.id

E-mail: fia@ub.ac.id

Nomor : 4133 / UN10.FO3.11.11/PN/2017

Lampiran : -

Hal : Riset/Penelitian

Kepada : Yth. Kepala Humas Kota Balikpapan

Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang mohon dengan hormat bantuan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan kesempatan melakukan riset/penelitian di Humas Kota Balikpapan bagi mahasiswa :

Nama : Syamsul Harun

Alamat : Jalan Banten No. 6 Penanggungan, Malang

NIM : 135030100111136

Jurusan : Ilmu Administrasi Publik

Tema : Strategi Pemerintah Daerah Dalam Mensosialisasikan Program *Clean, Green, and Healthy* (Cgh) Sebagai Upaya Membangun Citra Kaltim *Green* (Studi Pada Kota Balikpapan)

Lamanya : 1 (satu) bulan

Peserta : 1 (satu) orang

Demikian atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara, kami ucapkan terima kasih.

Malang, 14 Maret 2017

a.n Dekan

Ketua Program Studi Administrasi Publik



Dr. Lely Indah Mindarti, M.Si
NIP. 19690524 200212 2 002

Lampiran 4. Surat Izin Penelitian Badan Lingkungan Hidup Kota Balikpapan



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

Jl. MT. Haryono 163, Malang 65145, Indonesia

Telp. : +62-341-553737, 568914, 558226 Fax : +62-341-558227

<http://fia.ub.ac.id>

E-mail: fia@ub.ac.id

Nomor : 4135 / UN10.FO3.11.11/PN/2017

Lampiran : -

Hal : Riset/Penelitian

Kepada : Yth. Kepala Badan Lingkungan Hidup Kota Balikpapan

Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang mohon dengan hormat bantuan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan kesempatan melakukan riset/penelitian di Badan Lingkungan Hidup Kota Balikpapan bagi mahasiswa :

Nama : Syamsul Harun

Alamat : Jalan Banten, No.6 Penaggungan Malang

NIM : 135030100111136

Jurusan : Ilmu Administrasi Publik

Tema : Strategi Pemerintah Daerah Dalam Mensosialisasikan Program *Clean, Green, and Healthy* (Cgh) Sebagai Upaya Membangun Citra Kaltim *Green* (Studi Pada Kota Balikpapan)

Lamanya : 1 (satu) bulan

Peserta : 1 (satu) orang

Demikian atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara, kami ucapkan terima kasih.

Malang, 14 Maret 2017

a.n. Dekan

Kemahasiswaan dan Studi Administrasi Publik



Dr. Lely Indah Mindarti, M.Si

NIP. 19690524 200212 2 002

Lampiran 5. Surat Izin Penelitian Dinas Kebersihan, Pertamanan dan Pemakaman Kota Balikpapan



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

Jl. MT. Haryono 163, Malang 65145, Indonesia

Telp. : +62-341-553737, 568914, 558226 Fax : +62-341-558227

http://fia.ub.ac.id

E-mail: fia@ub.ac.id

Nomor : 483 / UN10.FO3.11.11/PN/2017
 Lampiran : -
 Hal : Riset/Penelitian
 Kepada : Yth. Kepala Dinas Kebersihan, Pertamanan, dan Pemakaman Kota Balikpapan

Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang mohon dengan hormat bantuan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan kesempatan melakukan riset/penelitian di Dinas Kebersihan, Pertamanan, dan Pemakaman Kota Balikpapan bagi mahasiswa :

Nama : Syamsul Harun
 Alamat : Jalan Banten No.6 Penanggungan, Malang
 NIM : 135030100111136
 Jurusan : Ilmu Administrasi Publik
 Tema : Strategi Pemerintah Daerah Dalam Mensosialisasikan Program *Clean, Green, and Healthy* (Cgh) Sebagai Upaya Membangun Citra Kaltim *Green* (Studi Pada Kota Balikpapan)
 Lamanya : 1 (satu) bulan
 Peserta : 1 (satu) orang

Demikian atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara, kami ucapkan terima kasih.

Malang, 14 Maret 2017

Dekan,
 Ketua Program Studi Administrasi Publik



Dr. Lela Indah Mindarti, M.Si
 NIP. 19690524 200212 2 002