

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bandung merupakan salah satu kota yang memiliki banyak pesona. Kota ini terdapat beragam tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi, banyaknya tempat wisata yang ada menarik perhatian wisatawan untuk mengunjungi Kota Bandung. Agar Bandung terlihat rapi, nyaman dan bersih maka pemerintah Kota Bandung dan masyarakatnya harus menjaga agar lingkungannya bersih. Salah satu program yang telah dilaksanakan oleh pemerintah Kota Bandung adalah Kangpisman yaitu tentang pengelolaan sampah, selain kesadaran masyarakat akan sampah pemerintah juga membantu, menyediakan dan mensosialisasikan program tersebut.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, sosialisasi merupakan upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dan dihayati oleh masyarakat. Masyarakat tidak hanya sebagai target sosialisasi, tetapi juga agen yang aktif untuk mempengaruhi isi dan hasil dari proses tersebut. Sosialisasi memungkinkan individu untuk dapat menyesuaikan diri dengan adat maupun norma yang ada di suatu lingkup masyarakat. Sosialisasi juga dapat didefinisikan sebagai suatu proses sosial yang terjadi bila seorang individu menghayati dan melaksanakan norma- norma kelompok tempat ia hidup sehingga akan menjadi bagaian dari kelompoknya. Sosialisasi dapat terjadi dengan interaksi dan komunikasi.

Komunikasi merupakan proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh komunikator kepada komunikan (Onong Uchyana Effendy, 2004). Proses tersebut mencakup satu kelompok dan kelompok lainnya yang saling menciptakan, menyampaikan dan bertukar informasi agar mencapai pengertian bersama dan menciptakan *feedback* atau umpan balik. Komunikasi bisa disampaikan oleh siapa saja baik itu individu maupun kelompok. Salah satu profesi dalam bidang komunikasi yang memberikan informasi dan menjembatani antara satu dengan yang lainnya yakni profesi sebagai *Public Relations Officer* (PRO) / pejabat humas di lembaga atau perusahaan.

Menurut Denny Griswold (Wilcox, dkk. 2006) dalam buku *Handbook Of Public Relations* :

Public Relations adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi publik, memperkenalkan berbagai kebijakan dan prosedur dari suatu individu atau organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan membuat perencanaan, serta melaksanakan suatu program kerja dalam upaya memperoleh pengertian dan pengakuan publik.

Kehadiran *Public Relations* membantu dalam perencanaan dan memperkenalkan suatu program agar mendapat pengertian dari masyarakat. Praktisi PR sebagai suatu profesi memiliki persyaratan atau kualifikasi untuk menjalani profesi tersebut diantaranya memiliki kemampuan berkomunikasi, kemampuan manajerial, kemampuan memperluas jaringan, banyak ide dan kreatif serta mempunyai integritas sosial.

Public Relations Officer (PRO) / pejabat humas berkiprah di sebuah perusahaan swasta, BUMN, lembaga pemerintah, dan lembaga

nonpemerintah (LSM). Lembaga pemerintah pastinya memiliki pejabat humas, salah satunya di Kota Bandung. Humas menjadi bagian di Pemerintah Kota Bandung semenjak 2017. Jendela Informasi Kota Bandung adalah *tagline* Humas Pemerintah Kota Bandung yang memiliki makna bagian Humas ini menjadi jembatan antara pemerintah dengan publik. Sebagai seorang praktisi PR harus paham mengelola dan menyebarkan informasi yang baik untuk publik. Tugas utama Humas yang paling mendasar adalah membangun kesepahaman dan saling pengertian antara lembaga dengan publik. Peran Humas pemerintah kota Bandung yaitu menyebarkan informasi yang penting. Tanpa peran Humas, program-program pemerintah tidak akan tersosialisasikan dengan baik.

Pasangan pemimpin Kota Bandung yang baru yakni pasangan Oded dan Yana memulai program Bandung Bersih sebagai program utama untuk merealisasikan salah satu visinya yaitu menjadikan Kota Bandung nyaman dihuni. Program tersebut mencakup berbagai aspek yakni lingkungan, infrastruktur, birokrasi, jaminan sosial, kerja sama dan terutama Sumber Daya Manusia (SDM). Kota Bandung meluncurkan sebuah gerakan, kolaborasi antara pemerintah, warga, swasta dan lainnya dalam membangun peradaban baru pengelolaan sampah yang lebih maju melalui upaya KANG (Kurangi) PIS (Pisahkan) MAN (Manfaatkan) Sampah. Sebagai wujud nyata program persampahan di [Kota Bandung](#), Oded mengoptimalkan program Kangpisman untuk mendorong perubahan perilaku masyarakat Kota Bandung. Program Kangpisman berada dibawah bagian Dinas

Lingkungan Hidup dan Kebersihan (DLHK) Kota Bandung yang bekerjasama dengan bidang PD. Kebersihan Kota Bandung dan Humas Kota Bandung. Peran humas menyampaikan informasi dan melaksanakan sosialisasi untuk masyarakat.

Kangpisman merupakan upaya memilah dan menjadikan sampah yang memiliki nilai ekonomis. Kangpisman merupakan kependekan dari kata Kurangi, Pisahkan dan Manfaatkan Sampah. Kurangi sampah berarti setiap warga memiliki kesadaran untuk menggunakan kembali barang-barang yang masih bisa digunakan seperti kertas bekas, botol bekas yang sekiranya masih bisa digunakan ulang maka ditahan terlebih dahulu dan tidak dibuang. Pisahkan sampah berarti warga Kota Bandung memiliki kesadaran untuk memisah sampahnya ketika membuang sampah. Sementara, manfaatkan sampah bisa dilakukan misalnya sampah sisa makanan, daun dan ranting dapat diolah dengan biodigester, bata terawang, biopori, takakura, pipa komposter dan sejenisnya. Oded mengajak seluruh lapisan masyarakat untuk bersama-sama mewujudkan program Kangpisman ini kepada segenap masyarakat, para tokoh-tokoh agama, pengurus tempat ibadah, RT, RW, kantor-kantor/gedung pemerintah dan swasta, komunitas, organisasi masyarakat untuk turut serta mendalami kepedulian bersama. "Mari sukseskan dengan cara bergabung menjadi Balad Kang Pisman sebagai bentuk dukungan dan kepedulian menanggulangi masalah lingkungan kita bersama secara fundamental sehingga Bandung Beresih dapat kita wujudkan," ajak Oded saat dilantik

menjadi Wali Kota Bandung, Gedung Merdeka, Jalan Asia-Afrika, Kamis (20/9/2018) dikutip dari Kangpisman.com.

Berdasarkan data prapenelitian Humas Pemerintah Kota Bandung bergerak lebih luas dalam menggalakan program Kangpisman. Sosialisasi yang dilakukan agar program ini diketahui oleh warga yaitu dengan menggerakkan semua warga dari PKK, komunitas dan juga pendekatan melalui sosial media. Guna memperluas jangkauan sosialisasi Kangpisman telah mengembangkan *Website* dan *WhatsApp Center*. *Website* menampilkan berbagai macam materi sosialisasi dan edukasi, mulai dari pengertian Kangpisman, tata cara pemilahan dan pengolahan sampah, hingga titik-titik lokasi bank sampah terdekat, sementara itu *WhatsApp Center* akan bersifat lebih interaktif. Warga bisa mendaftar menjadi Balad Kangpisman melalui aplikasi pesan tersebut. Warga juga akan mendapatkan informasi secara berkala. Selain *Website* dan *WhatsApp Center*, terdapat media sosial lainnya yaitu Twitter, Facebook dan Instagram.

Sosialisasi program Kangpisman tidak hanya melalui sosial media tetapi juga turun langsung ke masyarakat dengan cara memberikan edukasi tentang sampah serta bagaimana cara pengelolaannya. Pemerintah Kota Bandung menyediakan sarana untuk program Kangpisman yakni dengan membuat bank sampah di wilayah di Kota Bandung dan menyediakan *truck compactor* sebagai penunjang gerakan kebersihan. Penyebarluasan program Kangpisman dilakukan ke semua kalangan termasuk sekolah, BUMN, hotel

dan apartemen, perusahaan swasta, komunitas serta lembaga pemerintah, dan masyarakat sekitar Wilayah Kota Bandung.

Gugun Saptari Hidayat selaku direktur umum PD Kebersihan Kota Bandung, mengungkapkan :

“Gerakan Kang Pisman bukan gerakan *event* melainkan gerakan jangka panjang untuk mengubah peradaban. Tidak bisa langsung masif ke seluruh Kota Bandung, apalagi ke kewilayahan”.

Sejauh ini budaya pengurangan sampah relatif sudah berjalan di Kota Bandung. Melalui berbagai aksi seperti kebijakan pembatasan kantong plastik, imbauan penggunaan tumblr, hingga penggerakkan komunitas. Penerapan Kangpisman di level Wilayah saat ini sudah ada delapan Kelurahan yakni Kelurahan Babakan Sari, Kujang Sari, Sukamiskin, Sukaluyu, Gempol Sari, Kebon Pisang, Neglasari, dan Kelurahan Cihaurgeulis.

Dikutip dari liputan6.com pada tanggal 3 Februari, “Mengelola sampah itu memang harus berangkat dari diri masing-masing. Mengelola sampah mulai dari sumbernya. Pemerintah hadir untuk membangun infrastruktur dan mengajak melalui sebuah gerakan seperti Kangpisman,” ujar Wali Kota saat pencaanangan Gerakan Kangpisman di Cikapundung River Spot, Jln. Soekarno, Bandung, Rabu (17/10/2018).

Alasan peneliti memilih Humas Kota Bandung untuk diteliti karena terdapat data-data yang dibutuhkan serta ketertarikan peneliti terhadap sosialisasi program Kangpisman yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandung dimana saat ini Indonesia darurat sampah bahkan menurut World

Economic Forum penyumbang sampah terbesar di dunia peringkat kedua yaitu Indonesia.

1.2 Fokus Penelitian

Program ini menarik perhatian peneliti untuk di jadikan sebagai bahan penelitian karena Pemerintah Kota Bandung secara langsung melibatkan masyarakat terhadap program pemerintahan dengan cara sosialisasi. Berdasarkan pada latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka fokus penelitian ini mengambil judul Sosialisasi Program “Kangpisman” oleh Bidang Humas Pemerintah Kota Bandung dalam upaya Bandung Bersih.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana pencarian data sosialisasi program “Kangpisman” oleh Humas Pemerintah Kota Bandung dalam upaya Bandung Bersih?
2. Bagaimana perencanaan sosialisasi program “Kangpisman” oleh Humas Pemerintah Kota Bandung dalam upaya Bandung Bersih?
3. Bagaimana implementasi sosialisasi program “Kangpisman” oleh Humas Pemerintah Kota Bandung dalam upaya Bandung Bersih?
4. Bagaimana evaluasi sosialisasi program “Kangpisman” oleh Humas Pemerintah Kota Bandung dalam upaya Bandung Bersih?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan ini adalah untuk memperoleh gambaran mengenai sosialisasi program “Kangpisman” oleh bidang humas pemerintah Kota Bandung dalam upaya Bandung Bersih.

1. Untuk mengetahui pencarian data sosialisasi program “Kangpisman” oleh Humas Pemerintah Kota Bandung dalam upaya Bandung Bersih.
2. Untuk mengetahui perencanaan sosialisasi program “Kangpisman” oleh Humas Pemerintah Kota Bandung dalam upaya Bandung Bersih.
3. Untuk mengetahui implementasi sosialisasi program “Kangpisman” oleh Humas Pemerintah Kota Bandung dalam upaya Bandung Bersih.
4. Untuk mengetahui evaluasi sosialisasi program “Kangpisman” oleh Humas Pemerintah Kota Bandung dalam upaya Bandung Bersih.

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, peneliti mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat pada dua sisi, baik secara akademis maupun praktis :

1.5.1 Kegunaan Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada kajian ilmu komunikasi bidang *Public Relations*. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta memberikan informasi yang faktual berdasarkan konsep manajemen Humas, dan dapat menggambarkan tentang bagaimana mengelola suatu program oleh lembaga melalui sosialisasi oleh Humas Pemerintah Kota Bandung yang meliputi aspek manajemen Humas yaitu perencanaan program, pelaksanaan dan implementasi program, dan evaluasi

program yang telah direncanakan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pembaca.

1.5.2 Kegunaan Secara Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan, pembelajaran, serta pengetahuan mengenai Manajemen Humas bagi pembaca khususnya mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai konsep Manajemen Humas yang diharapkan dapat memberikan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya sosialisasi suatu program dalam meningkatkan dan mempertahankan program tersebut sesuai dengan tugas dan fungsi Humas yang sebenarnya.

1.6 Landasan Pemikiran

1.6.1 Hasil Penelitian Sebelumnya

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang menghargai perbedaan berbagai pendapat yang ada serta cara pandang mengenai objek-objek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah sesuatu hal yang wajar dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi. Berikut ini beberapa skripsi dan jurnal yang menjadi bahan rujukan peneliti untuk penelitian terdahulu :

Pertama, skripsi yang ditulis oleh Sitta Fitriyani Suryana pada tahun 2018 sebagai mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yang memiliki judul “Pengelolaan Program Penyuluhan Tentang Peraturan Barang Bawaan Penumpang di Bandara Husein

Sastranegara”. Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea Cukai Tipe Madya Pabean A Bandung mempunyai salah satu program yaitu program penyuluhan tentang peraturan barang bawaan penumpang di Husein Sastranegara, dimana Humas memberikan informasi-informasi terkait barang bawaan penumpang. Adanya penyuluhan tentang peraturan barang bawaan penumpang ini adalah salah satu sosialisasi yang bagus karena dengan adanya penyuluhan ini masyarakat ataupun penumpang yang ke luar negeri maupun ke dalam negeri mengetahui kapasitas barang yang harus dibawa seperti apa dan sistem pengawasan yang dilakukan oleh *customs* di Bandara sudah lumayan ketat, oleh karena itu tidak ada lagi barang sembarangan yang masuk dan keluar. Pelaksanaan program yang dilakukan oleh Humas/PLI (Penyuluhan Layanan Informasi) Bea Cukai Bandung menjelaskan semua peraturan tentang barang bawaan penumpang yang terkini secara detail dan jelas. Bekerjasama dengan media massa dapat membantu Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea Cukai Tipe Madya Pabean A Bandung dalam menjalankan program.

Kedua, skripsi yang ditulis oleh Citra Wulandari pada tahun 2017 sebagai mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang yang memiliki judul “Strategi Humas Pemprov Jambi Dalam Mensosialisasikan Program TUNTAS (Tertib, Unggul, Nyaman, Tangguh, Adil dan Sejahtera)”. Program pemerintah lima tahunan tersebut langkah utamanya adalah bagaimana masyarakat Provinsi Jambi mengetahui program Jambi TUNTAS tersebut. Dalam menyampaikan penerangan atau sosialisasi

pentingnya peran humas dalam menyusun strategi terkait penyebarluasan program pemerintah provinsi. Humas berperan secara aktif dalam proses pengambilan keputusan dan berupaya memberikan pesan dan informasi kepada masyarakat umum, dan khalayak tertentu sebagai target sarannya, kemampuan untuk melakukan komunikasi timbal balik, dan kemudian memotivasi atau mempengaruhi opini masyarakat dengan usaha untuk “menyamakan persepsi” dengan tujuan dan sasaran instansi/lembaga yang diwakilkan. Untuk komunikasi yang digunakan dalam sosialisasi Jambi TUNTAS oleh Biro Humas dan Protokol Pemprov Jambi sudah baik. Selanjutnya, media penyampaian yang digunakan oleh Biro Humas dan Protokol sudah cukup. Untuk program sosialisasi yang digunakan yaitu informades, pertemuan desa informasi dan bakohumas sudah sangat baik.

Ketiga, jurnal penelitian yang ditulis oleh Marlanny Rumimpunu pada tahun 2014 yang memiliki judul “Strategi Humas Dalam Mensosialisasikan Program Listrik Pintar PT. PLN (Persero) Wilayah Sulutenggo Di Ranatona”. Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo melakukan kegiatan kehumasan sebagai bentuk dari fungsi *Public Relations* antara lain membuat sebuah program kegiatan untuk dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan sebagai tujuan manajemen. Selama ini pelanggan PLN mendapat layanan listrik paska bayar, yaitu Pelanggan menggunakan energi listrik dulu dan membayar belakangan, pada bulan berikutnya. Setiap bulan PLN harus mencatat meter, menghitung dan menerbitkan rekening yang harus dibayar Pelanggan, melakukan penagihan

kepada Pelanggan yang terlambat atau tidak membayar, dan memutus aliran listrik jika konsumen terlambat atau tidak membayar rekening listrik setelah waktu tertentu. Mekanisme tersebut di atas tidak dilaksanakan pada sistem listrik pintar (prabayar). Pada sistem listrik pintar, pelanggan mengeluarkan uang/biaya lebih dulu untuk membeli energi listrik yang akan dikonsumsinya. Strategi Humas PLN Suluttenggo dalam mensosialisasikan Program Listrik Pintar yaitu dengan cara melakukan komunikasi terbuka, talk show, dan melakukan hubungan dengan pers lokal serta melakukan publikasi. Komunikasi terbuka dilakukan dengan tujuan untuk membangun hubungan secara personal dengan mendengarkan masukan dari masyarakat kemudian baru diperkenalkan program listrik pintar.

Keempat, jurnal penelitian yang ditulis oleh Hanas Nurpijar Kalokaa , Trie Damayantib , Aat Ruchiat Nugrahac pada tahun 2018 yang memiliki judul “Kegiatan Formative Research PT. KAI (Persero) dalam Upaya Sosialisasi Pintu Keselamatan oleh Humas Daop 2 Bandung ”. Humas sebagai garda terdepan dalam menciptakan hubungan eksternal dan internal yang baik dalam menyampaikan informasi terkait perusahaan dan memiliki tanggung jawab untuk segera melakukan tindakan dan upaya untuk meningkatkan keselamatan khususnya di pintu keselamatan. Maka dari itu Humas Daop 2 Bandung membuat program sosialisasi pintu keselamatan di daerah Kota Bandung sebagai bentuk pemahaman dan kesadaran masyarakat. Tentunya sebuah program yang dilakukan oleh praktisi humas harus diawali dengan kegiatan formative research yang

akurat, terstruktur, mendalam dan harus tepat. Humas Daop 2 Bandung belum cukup memberikan keakuratan data pada analisis publik berupa data lengkap yang merupakan pembukaan pada pengetahuan Humas, begitupun stages of development yang dilakukan pada analisis publik. Tahap terakhir pada kegiatan formative research ini memang cukup banyak dan padat pada pengaplikasiannya dan akan menghasilkan sebuah target publik yang akurat untuk suatu program pada kegiatan Humas. Dengan adanya analisis publik seperti ini sudah akan menjelaskan dan menggambarkan lebih jauh Humas Daop 2 Bandung untuk dapat mengidentifikasi dan memilah-memilah publiknya untuk dikembangkan menjadi publik yang aktif dan dapat membantu kegiatan Humas Daop 2 Bandung.

Kelima, jurnal penelitian yang ditulis oleh Frizki Yulianti Nurnisya dan Adhianty Nurjanah pada tahun 2016 yang memiliki judul “Peran Humas Pemerintahan Kota Yogyakarta Dalam Sosialisasi Tagline “Jogja Istimewa”. Pemerintahan Kota Yogyakarta layak menjadi perhatian utama karena pusat pemerintahan dan pusat wisatawan berada di Pemerintahan Kota Yogyakarta, maka perlu diamati bagaimana peran dan pelaksanaan tugas humas Pemerintahan Kota Yogyakarta dalam mensosialisasikan tagline terbaru “jogja istimewa” di lingkungannya. Untuk melakukan sosialisasi, maka humas menggunakan berbagai varian media komunikasi baik melalui media sosial maupun media konvensional seperti periklanan. Dalam sosialisasi tagline baru “jogja istimewa” Humas Pemerintah Kota Yogyakarta hanya sebagai pelaksana saja tidak dilibatkan secara langsung

dan yang paling berperan adalah Bappeda DIY dan Pemerintah Provinsi DIY. Sosialisasi tagline “jogja istimewa” belum dilaksanakan secara optimal baik dari level perencanaan hingga evaluasi.

No	Nama/Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	Metode
1.	Sitta Fitriyani Suryana/ 2018	PENGELOLAAN PROGRAM PENYULUHAN TENTANG PERATURAN BARANG BAAWAAN PENUMPANG DI BANDARA HUSEIN SASTRANEGARA	Pelaksanaan program yang dilakukan oleh Humas/PLI (Penyuluhan Layanan Informasi) Bea Cukai Bandung menjelaskan semua peraturan tentang barang bawaan penumpang yang terkini secara detail dan jelas. Bekerjasama dengan media massa dapat membantu Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea Cukai Tipe Madya Pabean A Bandung dalam menjalankan program.	Subjek penelitian lebih kepada media massa untuk menjalankan program.	Menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif.
2.	Citra Wulandari/ 2017	STRATEGI HUMAS PEMPROV JAMBI DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM TUNTAS (TERTIB, UNGGUL, NYAMAN, TANGGUH, ADIL DAN SEJAHTERA)	Untuk komunikasi yang digunakan dalam sosialisasi Jambi TUNTAS oleh Biro Humas dan Protokol Pemprov Jambi sudah baik. Selanjutnya, media penyampaian yang digunakan oleh Biro Humas dan Protokol sudah cukup. Untuk program sosialisasi yang digunakan yaitu informades, pertemuan desa informasi dan bakohumas sudah sangat baik.	Subjek penelitian menganalisis strategi Humas dalam menjalankan program melalui media dan organisasi masyarakat.	Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.
3.	Marlanny Rumimpunu/ 2014	STRATEGI HUMAS DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM LISTRIK PINTAR PT. PLN (PERSERO) WILAYAH SULUTTENGGO DI RANOTANA	Strategi Humas PLN Suluttenggo dalam mensosialisasikan Program Listrik Pintar yaitu dengan cara melakukan komunikasi terbuka, talk show, dan melakukan hubungan dengan pers lokal serta melakukan publikasi. Komunikasi terbuka dilakukan dengan tujuan untuk membangun hubungan secara personal dengan mendengarkan masukan dari masyarakat kemudian baru diperkenalkan program listrik pintar.	Subjek penelitian menganalisis strategi Humas dalam menjalankan program melalui komunikasi terbuka dan pers.	Menggunakan metode penelitian kualitatif.
4.	Hanas Nurpijar Kalokaa , Trie Damayantib , Aat Ruchiat Nugrahac/ 2018	KEGIATAN FORMATIVE RESEARCH PT. KAI (PERSERO) DALAM UPAYA SOSIALISASI PINTU KESELAMATAN OLEH HUMAS DAOP 2 BANDUNG	Humas sebagai garda terdepan dalam menciptakan hubungan eksternal dan internal yang baik dalam menyampaikan informasi terkait perusahaan dan memiliki tanggung jawab untuk segera melakukan tindakan	Subjek penelitian lebih kepada analisis situasi dan analisis organisasi untuk menjalankan program.	Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan eksploratif.

			dan upaya untuk meningkatkan keselamatan khususnya di pintu keselamatan. Maka dari itu Humas Daop 2 Bandung membuat program sosialisasi pintu keselamatan di daerah Kota Bandung sebagai bentuk pemahaman dan kesadaran masyarakat. Tentunya sebuah program yang dilakukan oleh praktisi humas harus diawali dengan kegiatan formative research yang akurat, terstruktur, mendalam dan harus tepat.		
5.	Frizki Yulianti Nurnisya dan Adhianty Nurjanah/ 2016	PERAN HUMAS PEMERINTAHAN KOTA YOGYAKARTA DALAM SOSIALISASI TAGLINE “JOGJA ISTIMEWA”	Dalam sosialisasi tagline baru “jogja istimewa” Humas Pemerintah Kota Yogyakarta hanya sebagai pelaksana saja tidak dilibatkan secara langsung dan yang paling berperan adalah Bappeda DIY dan Pemerintah Provinsi DIY. Sosialisasi tagline “jogja istimewa” belum dilaksanakan secara optimal baik dari level perencanaan hingga evaluasi.	Subjek penelitian melibatkan peran Bappeda DIY untuk menjalankan program.	Menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif.

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

1.6.2 Landasan Teoritis

1.6.2.1 Definisi *Public Relations*

Para ahli telah banyak membahas tentang definisi *Public Relations* sesuai dengan latar belakangnya. *Public Relations* sangat erat kaitannya dengan seni dalam berkomunikasi, seorang praktisi PR harus mempunyai dan mampu menampilkan seni berkomunikasi yang baik sehingga khalayak mengerti apa yang telah disampaikan. Maria berpendapat bahwa:

Public Relations merupakan fungsi khusus manajemen yang membantu membangun dan memelihara komunikasi bersama, pengertian, dukungan dan kerja sama antara organisasi dan publik, membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, berguna sebagai system peringatan awal untuk membantu mengantisipasi tren, dan menggunakan penelitian dan teknik suara yang layak dalam komunikasi sebagai alat utama (Suryanto,2015: 418).

Public Relations bertugas untuk memperlancar arus komunikasi yang ada pada sebuah lembaga, dimana dalam kegitannya harus melakukan analisis dalam penyusunan sebuah konsep sehingga menimbulkan dampak yang baik bagi tujuan lembaga.

1.6.2.2 Manajemen Humas

Manajemen humas adalah proses penelitian perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian suatu kegiatan komunikasi yang di sponsori oleh organisasi. Proses manajemen humas bisa dilakukan oleh seorang praktisi dalam kegiatan humas. Manajemen humas menurut Mc Elhearth, berpendapat:

Managing public relations means researching, planing, implementing and evaluating an array of comunication 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 grassroot political campaigns, from public service announcement to crisis management (Rosady Ruslan,2008: 31).

Proses dan aspek yang dilakukan oleh manajemen humas dilakukan baik untuk jangka panjang maupun jangka pendek yang harus direncanakan dengan cermat sehingga memperoleh hasil

sesuai dengan yang diinginkan. Keberadaan humas dalam suatu organisasi difungsikan untuk menunjang fungsi manajemen perusahaan untuk tujuan bersama.

1.6.2.3 Humas Pemerintah

Government Relations atau humas pemerintah yaitu hubungan komunikasi yang harus dibangun antara organisasi perusahaan dan pihak pemerintah. Lembaga humas atau praktisi humas pemerintah melakukan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi yang persuasif, dan efisien untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan publiknya melalui berbagai sarana kehumasan dalam rangka menciptakan citra dan reputasi yang positif instansi pemerintah. Sebuah organisasi pemerintahan (daerah), humas sering diposisikan sebagai corong atau suara dari pimpinan Pemerintah Daerah dalam hubungannya dengan publik, sehingga menjadi posisi yang terhormat, tinggi, strategis, dan sekali melekat kemampuan dan tanggung jawab.

Terjalannya hubungan komunikasi yang baik dengan berbagai departemen pemerintahan terkait akan mempermudah penyelesaian berbagai urusan dan kepentingan yang terkait dengan kelangsungan hidup perusahaan.

1.6.2.4 Sosialisasi

Sosialisasi dipandang sebagai sebuah proses yang membantu individu melalui belajar dan penyesuaian diri, bagaimana bertindak

dan berpikir agar ia dapat berperan dan berfungsi, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Setiap individu dalam masyarakat yang berbeda mengalami proses sosialisasi yang berbeda karena proses sosialisasi banyak ditentukan oleh susunan kebudayaan dan lingkungan sosial yang bersangkutan. Sosialisasi dititikberatkan soal individu dalam kelompok melalui pendidikan dan perkembangannya, meskipun sosialisasi itu mungkin berbeda-beda dalam berbagai lembaga, kelompok maupun masyarakat, namun tujuan sosialisasi itu sendiri banyak memiliki kesamaan yaitu:

1. Individu harus diberi ilmu pengetahuan (keterampilan) yang dibutuhkan bagi kehidupan kelak di masyarakat.
2. Individu harus mampu berkomunikasi secara efektif dan mengembangkan kemampuannya.
3. Bertingkah laku selaras dengan norma atau tata nilai dan kepercayaan pokok yang ada pada lembaga atau kelompok khususnya dan masyarakat pada umumnya.

1.6.3 Kerangka Konseptual

Menurut Scott M. Cutlip & Allen H. Center proses manajemen *public relations* sepenuhnya mengacu kepada pendekatan manajerial. Proses perencanaan ini dapat dilakukan melalui empat tahapan atau langkah-langkah pokok yang menjadi landasan acuan untuk pelaksanaan program kerja kehumasan adalah sebagai berikut:

1. *Fact Finding*

Langkah pertama ini mencakup penyelidikan dan memantau pengetahuan, pencarian fakta, data atau informasi yang mendukung program humas mengenai situasi, pendapat, sikap, dan reaksi publik terhadap kegiatan, kebijakan atau produk suatu perusahaan atau lembaga. Pada tahap ini, seorang praktisi PR menganalisis data dan informasi yang tersedia kemudian dapat diperoleh interpretasi-interpretasi. Interpretasi ini berguna untuk memutuskan atau menentukan langkah-langkah apa yang harus dilakukan untuk memecahkan suatu permasalahan. Kata kunci dari tahap ini adalah, “*What is happening now?*”.

2. *Planning and Programming*

Informasi yang dikumpulkan dalam langkah pertama digunakan untuk membuat keputusan dan perencanaan tentang program publik. Perencanaan ini harus dipikirkan secara matang karena turut menentukan suksesnya pekerjaan PR secara keseluruhan. Perencanaan disusun atas data dan fakta yang telah diperoleh, bukan berdasarkan keinginan PR. Berdasarkan pada rumusan masalah, dibuat strategi perencanaan dan pengambilan keputusan untuk membuat program kerja berdasarkan kebijakan

lembaga yang juga disesuaikan dengan kepentingan publik. Kata kunci dari tahap ini adalah, “*What should we do and why?*”.

3. *Taking Action and Communication*

Langkah ketiga adalah mengimplementasikan program aksi dan komunikasi untuk mencapai tujuan program. Tahap ini dilewati untuk mendapatkan jawaban pertanyaan, “*How do we do it and say it?*”. Tujuan dan objektivitas yang spesifik harus dikaitkan untuk mencapai aksi dan komunikasi yang akan dilakukan oleh praktisi PR. Ia harus mampu mengkomunikasikan pelaksanaan program sehingga dapat mempengaruhi sikap publiknya yang kemudian mendorong mereka untuk mendukung pelaksanaan program tersebut. Selain itu, ia juga harus melakukan aksi dan melakukan kegiatan PR sebaik-baiknya. Kegiatan aksi ini merupakan kegiatan komunikasi, selayaknya komunikasi kelompok, komunikasi massa, dan komunikasi organisasional.

4. *Evaluating*

Langkah terakhir dalam proses ini adalah penilaian terhadap program dan hasil kerja aktivitas PR. Pelaksanaan kegiatan humas harus dievaluasi atau dilakukan perbaikan-perbaikan agar permasalahan atau hambatan yang ada dapat diatasi dan dipecahkan serta menciptakan hubungan yang harmonis. Program akan dilanjutkan atau dihentikan setelah menjawab

pertanyaan “*How did we do?*”. praktisi humas harus mempunyai keterampilan dalam menelaah hasil-hasil yang diperoleh dengan menggunakan berbagai alat bantu, misalnya riset mengenai pendapat umum, riset mengenai perilaku, motivasi, analisis isi dan lain-lain.

1.7 Langkah-Langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini bertempat di kantor Humas Pemerintah Kota Bandung yang berlokasi di Jl. Wastukencana No.2, Babakan Ciamis, Sumur Bandung, Kota Bandung dan Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan (DLHK) Kota Bandung yang berlokasi di Jl. Sadang Tengah No.4-6, Sekeloa, Kecamatan Coblong, Kota Bandung. Lokasi penelitian dipilih karena tersedianya data-data yang dibutuhkan peneliti.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

1.7.2.1 Paradigma Penelitian

Paradigma yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivistik. Rachmat kriyantono (2012:30) menjelaskan bahwa paradigma konstruktivistik merupakan paradigma yang mengemukakan bahwa realitas yang ada merupakan bentuk dari konstruksi sosial, sedangkan Eriyanto mengatakan bahwa :

“Paradigma konstruktivisme memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, tetapi terbentuk dari

hasil konstruksi karenanya, konsentrasi analisis pada paradigma konstruktivisme adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi, dengan cara apa konstruksi itu dibentuk” (Eriyanto, 2011:43)

Paradigma konstruktivistik dipengaruhi oleh persepektif interaksi simbolis dan persepektif strukturan fungsional. Persepektif simbolis ini mengantakan bahwa manusia secara aktif dan kreatif mengembangkan respon terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas didalam dunia sosialnya. Realitas itu memiliki makna manakala realitas sosial tersebut dikonstruksikan dan dimaknakan secara subjektif oleh individu lain, sehingga memantapkan realitas itu secara subjektif.

1.7.2.2 Pendekatan Penelitian

Sesuai dengan paradigma dan permasalahan yang dipilih dalam penelitian, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan maksud untuk memahami dan menggali lebih dalam tentang sosialisasi program oleh Humas Pemerintah Kota Bandung.

Pendekatan kualitatif artinya peneliti berusaha menggali informasi dari lapangan tanpa berusaha mempengaruhi informan. Penelitian kualitatif juga bertujuan agar pemahaman yang didapatkan oleh peneliti bersifat umum mengenai kenyataan sosial yang ada dari perspektif partisipan. Pemahaman yang diperoleh oleh peneliti tidak ditentukan terlebih dahulu, melainkan didapat setelah

melakukan pengamatan terhadap kenyataan sosial yang menjadi objek penelitian yang pada akhirnya ditarik kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan sosial tersebut (Ruslan, 2003: 213)

Peneliti memilih pendekatan kualitatif karena penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam dan memahami bagaimana pelaksanaan sosialisasi suatu program dengan perencanaan yang dilakukan, serta menganalisis strategi yang dijalankan apakah sesuai dengan kenyataan sosial yang diinginkan melalui wawancara dan observasi mendalam. Hasil penelitian nantinya akan memaparkan dalam bentuk deskripsi kata-kata.

1.7.3 Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan rancangan atau desain penelitian studi kasus (*case study*) yang di dalam penelitian ini peneliti berusaha untuk menguraikan, menjelaskan serta menginterpretasikan secara komprehensif mengenai berbagai aspek individu-individu yang mewakili sebuah perusahaan yang berada di dalam ruang lingkup masalah yang diteliti.

“Sebuah studi kasus (*case study*) memberikan deskripsi tentang individu. Individu ini biasanya adalah orang, tapi biasa juga sebuah tempat seperti perusahaan, sekolah dan lingkungan sekitar. Sebuah studi observasi naturalistik kadang juga disebut dengan studi kasus” (Cozby dalam Ardianto, 2010: 65)

Metode penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti pada objek alamiah, di mana peneliti adalah sebagian instrumen kunci, teknik

pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisa bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Studi kasus digunakan karena dapat menyajikan data-data dan temuan yang sangat berguna sebagai dasar untuk membangun latar permasalahan bagi perencanaan penelitian yang lebih besar dan dalam rangka pengembangan ilmu-ilmu sosial (Aziz dalam Bungin, 2005: 23). Selain itu, studi kasus memiliki beberapa kelebihan anatara lain: luwes dalam metode pengumpulan data yang digunakan, dapat dilaksanakan secara praktis di dalam banyak lingkungan sosial (Black dan Champion dalam Bungin, 2005: 23).

Peneliti akan meneliti tentang Sosialisasi Program oleh Humas Pemerintah Kota Bandung. Penelitian ini akan disajikan dalam bentuk deskriptif, yaitu gambaran mengenai Sosialisasi Program “Kangpisman” Oleh Bidang Humas Pemerintah Kota Bandung.

1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data

Jenis Data

Jenis data yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah:

1. Data pencarian data sosialisasi program “Kangpisman” oleh Humas Pemerintah Kota Bandung dalam upaya Bandung Bersih.

2. Data perencanaan sosialisasi program “Kangpisman” oleh Humas Pemerintah Kota Bandung dalam upaya Bandung Bersih.
3. Data implementasi sosialisasi program “Kangpisman” oleh Humas Pemerintah Kota Bandung dalam upaya Bandung Bersih.
4. Data evaluasi sosialisasi program “Kangpisman” oleh Humas Pemerintah Kota Bandung dalam upaya Bandung Bersih.

Sumber Data

1. Untuk memperoleh data tentang bagaimana pencarian data sosialisasi program “Kangpisman” oleh Humas Pemerintah Kota Bandung dalam upaya Bandung Bersih didapat dari Humas Pemerintah Kota Bandung sebagai sumber data primer.
2. Untuk memperoleh data perencanaan sosialisasi program “Kangpisman” oleh Humas Pemerintah Kota Bandung dalam upaya Bandung Bersih didapat Humas Pemerintah Kota Bandung dan DLHK (Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan) sebagai sumber data primer.
3. Untuk memperoleh data implementasi sosialisasi program “Kangpisman” oleh Humas Pemerintah Kota Bandung dalam upaya Bandung Bersih didapat Humas Pemerintah Kota Bandung dan DLHK (Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan)

sebagai sumber data primer dan data dari sosial media sebagai data sekunder.

4. Untuk memperoleh data evaluasi sosialisasi program “Kangpisman” oleh Humas Pemerintah Kota Bandung dalam upaya Bandung Bersih didapat Humas Pemerintah Kota Bandung sebagai sumber data primer.

1.7.5 Penentuan Informan atau Unit Penelitian

Peneliti menggunakan teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan. Pertimbangan ini misalnya seseorang yang dijadikan narasumber merupakan orang yang dianggap sudah tahu atau paling mengerti tentang apa yang diharapkan dan dibutuhkan peneliti sehingga memudahkan peneliti menjelajahi situasi yang akan diteliti.

Subjek penelitian yang dijadikan sebagai informan adalah bagian Humas Pemerintah Kota Bandung dengan kriteria:

1. Informan adalah karyawan di bagian Humas Pemerintah Kota Bandung. Peneliti menentukan ini dengan alasan karena informan merupakan individu yang berhubungan langsung dengan kegiatan kehumasan yang berkaitan dengan topik penelitian.
2. Informan adalah karyawan di bagian Humas Pemerintah Kota Bandung yang memiliki jam terbang lebih tinggi daripada yang lain. Peneliti menganggap bahwa adanya jam terbang yang

tinggi atau senior sudah dapat memahami fungsi dan ruang lingkup *public relations* terkhusus permasalahan yang akan peneliti angkat.

3. Informan adalah karyawan di bagian Humas Pemerintah Kota Bandung yang paham atau ikut terlibat dalam proses tahapan melakukan penyebaran informasi untuk kebutuhan khalayak.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah penting 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, 2016:62).

1. Observasi Partisipatori Pasif

Observasi partisipatori pasif dilakukan peneliti dengan mengetahui dan mengamati serangkaian pelaksanaan yang dilaksanakan oleh Humas Pemerintah Kota Bandung tanpa ikut campur dalam proses pelaksanaannya. Pengamatan atau observasi partisipatif pasif yang dilakukan peneliti diantaranya adalah dengan mendatangi secara langsung kantor Humas Pemerintah Kota Bandung untuk mengetahui bagaimana sosialisasi program “Kangpisman” oleh bidanh humas pemerintah Kota Bandung dalam upaya Bandung Bersih.

2. Wawancara Terstruktur

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian yaitu wawancara terstruktur dimana peneliti telah mengetahui dengan pasti mengenai informasi apa yang akan diperoleh dari informan, dengan begitu peneliti dapat menyiapkan alat-alat pendukung seperti alat perekam suara, buku catatan dan alat tulis ataupun *tools* lain yang dapat digunakan untuk memperkuat hasil wawancara sebelum melakukan wawancara agar hasil atau informasi yang diperoleh akan lebih akurat. Wawancara ini dilakukan terhadap Humas Pemerintah Kota Bandung dan DLHK (Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan) Kota Bandung.

1.7.7 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Dalam hal ini Nasution (dalam Sugiyono, 2016:89) mengatakan “Analisis telah dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian”. Peneliti akan menggunakan model Miles and Huberman dalam menganalisis data di lapangan.

Menurut Miles and Huberman yang dijelaskan dalam buku Sugiyono yang berjudul Memahami Penelitian Kualitatif menjelaskan mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Analisis data dilakukan melalui 3 tahap,

yaitu *Data Reduction* (reduksi data), *Data Display* (penyajian data), dan *Conclusion Drawing / Verification* (Sugiyono 2016:88).

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari pola dan temanya. Misalkan pada bidang pendidikan, setelah peneliti memasuki setting sekolah sebagai tempat penelitian, maka dalam mereduksi data peneliti akan memfokuskan pada murid yang memiliki kecerdasan tinggi dengan mengkatagorikan pada aspek gaya belajar, perilaku sosial, interalsi dengan keluarga dan lingkungan.

2. *Data Display* (penyajian data)

Data display berarti mendisplay data yaitu menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar katagori, dan sebagainya. Menyajikan data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah bersifat naratif. Ini dimaksudkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami.

3. *Conclusion Drawing / Verification*

Langkah terakhir dari model ini adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal namun juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan berkembang setelah peneliti ada di

lapangan. Kesimpulan penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum ada yang berupa deskripsi atau gambaran yang sebelumnya belum jelas menjadi jelas dapat berupa hubungan kausal / interaktif dan hipotesis / teori.

1.7.8 Teknik Keabsahan Data

Teknik penentuan keabsahan data yang digunakan oleh peneliti yaitu teknik triangulasi. Triangulasi pada hakikatnya merupakan pendekatan multi metode yang dilakukan peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Ide dasarnya adalah bahwa yang diteliti dapat dipahami dengan baik sehingga diperoleh kebenaran tingkat tinggi jika didekati dari berbagai sudut pandang. Memotret fenomena tunggal dari sudut pandang yang berbeda-beda akan memungkinkan diperoleh tingkat kebenaran yang handal, karena itu triangulasi ialah usaha mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin bias terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data.

1.7.9 Rencana Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Waktu					
		Jan 2019	Feb 2019	Mar 2019	Apr 2019	Mei 2019	Juni 2019
1.	Pengumpulan Data						
	Menghimpun Data Proposal Penelitian						

	Menyusun Proposal Penelitian						
	Melakukan Bimbingan Proposal Penelitian						
	Usulan Penelitian						
2.	Melaksanakan Sidang Usulan Penelitian						
	Menyelesaikan Revisi Usulan Penelitian						
	Penyusunan Skripsi						
	Melaksanakan Penelitian						
3.	Menganalisis dan Mengolah Data						
	Menulis Hasil Laporan Penelitian						
	Melaksanakan Bimbingan Skripsi						
	Sidang Skripsi						
4.	Melaksanakan Bimbingan Skripsi						
	Melaksanakan Sidang Skripsi						
	Menyelesaikan Revisi Skripsi						

Tabel 1. 2 Rencana Jadwal Penelitian