BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Public Relations Online pada saat ini mulai berkembang penggunaannya. Penggunaan media demi tercapainya tujuan Public Relations untuk membentuk opini publik telah berkembang sesuai zaman. Media digunakan tidak hanya dapat digunakan secara searah namun juga media dapat melakukan komunikasi dua arah.

PR memanfaatkan internet untuk menghubungkan bisnis individu dengan publik untuk meningkatkan keingintahuan mereka terhadap informasi-informasi yang diberikan oleh pihak perusahaan kepada publiknya telah menjadi seorang tugas PR untuk menganalisis dan mencari solusi tentang apa yang harus dilakukan.

Public Relations online adalah kegiatan PR yang berhubungan dengan media, komunitas dan publik yang ada dalam ruang lingkup internet dalam hal ini mencangkup search engines, blog, new search, forums, discussion threads, social networks dan alat komunikasi online lainnya. Reputasi dan manajemen merupakan fokus utama dalam PR online sedangkan PR offline memiliki konsepan yang sama dengan PR online hanya saja medianya menggunakan media cetak radio atau televisi.

Perkembangan PR baik sebagai ilmu maupun profesi sangatlah berkaitan dengan teknologi komunikasi. Pengaruh teknologi komunikasi terhadap PR dapat

berbentuk sebagai alat/media PR ataupun bentuk baru dari kegiatan PR yang memunculkan istilah Net PR, PR online, dan nama lain bentuk kegiatan atau bidang kajian PR dalam dunia maya. PR sebagai ilmu atau sebagai profesi menjadi suatu yang tidak bisa dipisahkan dengan teknologi baru yang bernama internet.

Istilah *Public Relations* atau yang disingkat dengan PR di indonesia secara umum di terjemahkan menjadi "Hubungan Masyarakat" atau disingkat menjadi "humas". Perkembangan humas saat ini dapat terlihat berbeda di bandingkan tahun tujuh puluhan bahkan tahun delapan puluhan masih banyak orang termasuk golongan terpelajar yang masih bertanya-tanya dan meragukan fungsi dan kegunaan *Public Relations*.

Keberadaan humas sekarang menjadi lain, jika kita membicarakan *Public Relations* didepan seseorang atau sekelompok orang, umumnya mereka sudah menunjukan pengertian yang positif, bahkan di instansi-instansi pemerintah, perusahaan-perusahaan swasta, badan-badan, organisasi (baik besar maupun kecil), selalu terdapat dinas khusus yang mengurus *Public Relations*, walaupun mungkin posisi dan fungsinya tampak masih dalam taraf yang belum memuaskan.

Keadaan ini dikarenakan peranan kedudukan *Public Relations* masih belum dapat diterapkan sebagai mana mestinya, bahkan masih dianggap sebagai pemborosan bukan sebagai badan yang seharusnya mendatangkan keuntungan. *Public Relations* sangat bermanfaat bagi instansi-instansi, pemerintahan dan perusahaan dalam membantu perkembangan serta kemajuan karena *Public Relations* berhubungan dengan sebuah citra, namun pada kenyataannya masih

jarang sekali humas dipemerintahan yang mempunyai humas tetapi bukan lulusan sarjana humas.

Pemerintah dalam hal ini BPBD terus mengupayakan meningkatkan pelayanan dalam mengelola PR online penanggulangan bencana yang dapat bisa di akses oleh siapapun, dan dalam PR online ini masyarat bisa mengakses website melalui www.bpbd.provjabar.go.id termasuk juga didalamnya sumber daya manusia. Salah satu tujuan dari pelaksanaan kegiatan Bimbingan Teknis (Bimtek) Data,Informasi dan Humas adalah meningkatkan kapasitas pengelolaan data, informasi dan humas dalam bencana. Hal inilah yang menjadi tantangan kedepan bagi BPBD. Namun, hal tersebut disesuaikan dengan kebijakan daerah masingmasing berdasarkan tupoksinya. Dalam Data Informasi Bencana Indonesia (DIBI) BNPB, Jawa Barat adalah juaranya bencana di Indonesia, dan *Public Relations online* dalam membentuk forum di grup media sosial untuk membangun komunikasi dan koordinasi yang tepat, sehingga bencana dapat ditanggulangi dengan cepat.

Data kebencanaan setiap tahunnya berkembang, pemahaman bencana juga dinamis, Serta dampaknya juga berbeda. "Aplikasi DIBI, Geospasial, Inaware, pantauan bencana dapat BPBD manfaatkan untuk penanggulangan bencana. Penanggulangan bencana di setiap negara berbeda dalam penerapannya. Uniknya jika terjadi bencana di Indonesia, pada tahap rehabilitasi dan rekonstruksi yang dibangun awal adalah rumah. "Masyarakat menjadi lebih tenang karena rumahnya sudah ada, dibandingkan membangun infrastruktur terlebih dahulu. Upaya pemerintah dalam mereduksi kerusakan, banyaknya

Universitas Islam Negeri

korban meninggal saat terjadinya bencana dan pengalokasian anggaran sudah dilakukan. Saat ini BPBD sudah membangun 158 sirene berbasis komunitas dan bantuan 88 pusdalops BPBD di daerah rawan tsunami.Saat ini dana bencana masih dibawah 1% dari APBN, idealnya dana bencana adalah 1% dari APBN/APBD.

Kaitan dengan materi bimbingan teknis kali ini pengoperasian dan pemanfaatan sirine menjadi hal yang penting untuk mendukung penanggulangan bencana. Dalam upaya ini pemerintah BPBD kota bandung akan lebih mengawasi website yg ada di BPBD kota bandung, hal ini di karenakan kurangnya informasi pemerintah BPBD kepada masyarakat yang kurang mengetahui ada nya website BPBD.

Public Relations (humas) BPBD Kota Bandung adalah instansi pemerintah yang mana di BPBDkota Bandung humas yang kreadibilitasnya kurang bagus. Mengingat di tahun-tahun yang lalu kredibilitas BPBD kota Bandung terbilang sangat bagus dibandingkan dengan tahun sekarang buruknya kredibilitas BPBD kota Bandung disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya adalah para karyawan yang tidak disiplin untuk menjaga website BPBD kota Bandung. Kurangnya informasi yang transfaran terhadap masyarakat, dan kurangnya kepedulian BPBDkota Bandung terhadap masyarakat.

Public Relations merupakan salah satu bidang yang mengelola tentang pengelolaan informasi dan penyalur informasi, memanfaatkan kemajuan teknologi informasi sebagai kekuatan untuk memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap BPBD kota Bandung dengan memberdayakan sumber daya yang

dimiliki adalah salah satu alternatif untuk mendekatkan masyarakat dengan BPBD kota Bandung.

Public Relations harus membangun akses informasi yang seluas-luasnya kepada masyarakat sebagai implementasi keterbukaan informasi publik guna mendukung upaya dalam rangka membangun postur BPBDkota Bandung yang dipercaya oleh masyarakat, karena dengan membangun kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan kepercayaan masyarakat terhadap BPBD kota Bandung dapat kembali.

B. RUMUSAN MASALAH

- 1. Bagaimana Planing *Public Relations* dalam mengelola *website* BPBD kota bandung?
- 2. Bagaimana Organizing *Public Relations* dalam mengelola *website* BPBD Kota Bandung?
- 3. Bagaimana Actuating *Public Relations* dalam mengelola *website* BPBD kota bandung?
- 4. Bagaimana Controling *Public Relations* dalam mengelola *website* BPBD kota Bandung?

C. TUJUAN PENELITIAN BANDUNG

- Untuk mengetahui Bagaimana Planing Public Relations sdalam mengelola website BPBD kota bandung
- Untuk mengetahui Bagaimana Organizing Public Relations dalam mengelola website BPBD Kota Bandung
- 3. Untuk mengetahui Bagaimana Actuating *Public Relations* dalam mengelola *website* BPBD kota bandung

4. Untuk mengetahui Bagaimana Controling *Public Relations* dalam mengelola *website* BPBD kota Bandung

D. KEGUNAAN PENELITIAN

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan Ilmu Komunikasi, khususnya di bidang kehumasan yang berkaitan dengan *Public Relations Online*, serta untuk penelitian lanjutan tentang pengelolaan *website* BPBD kota bandung sebagai media informasi publikdalam pemahaman Humas yang belum di kaji dalam penelitian ini.

Serta dalam hal ini perencanaan pemerintah BNPB terus mengupayakan meningkatkan pelayanan dalam penanggulangan bencana, termasuk juga didalamnya sumber daya manusia. Salah tujuan dari pelaksanaan kegiatan Bimbingan Teknis (Bimtek) Data Informasi dan Humas adalah meningkatkan kapasitas pengelolaan data, informasi dan humas dalam bencana.

Salah satu tujuan dari pelaksanaan kegiatan Bimbingan Teknis (Bimtek) Data Informasi dan Humas adalah meningkatkan kapasitas pengelolaan data, informasi dan humas dalam bencana. Hal inilah yang menjadi tantangan kedepan bagi BPBD. Namun, hal tersebut disesuaikan dengan kebijakan daerah masingmasing berdasarkan tupoksinya. Dalam Data Informasi Bencana Indonesia (DIBI) BNPB, Jawa Barat adalah juaranya bencana di Indonesia.

2. Kegunaan Praktis

2.1 Kegunaan bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi yang berguna bagi peneliti terutama mengenai halhal yang berkaitan dengan makna pengelolaan website BPBD kota bandung sebagai media informasi publik

2.2 Kegunaan bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi Universitas khususnya Prodi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Bandung untuk menjadi bahan literatur dalam masalah penelitian, serta meningkatkan wawasan mengenai pengelolaan website BPBD kota bandung sebagai media informasi publik.

2.3 Kegunaan bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi Lembaga BPBD Kota Bandung khususnya pada Divisi Humas yang menjadi tempat dilakukannya penelitian sekaligus sumber data penelitian.

BANDUNG

E. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka bertujuan untuk menjelaskan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti, tinjauan pustaka berisikan tentang data-data sekunder yang peneliti peroleh dari jurnal-jurnal ilmiah atau hasil penelitian pihak lain yang dapat dijadikan asumsi-asumsi yang memungkinkan terjadinya penalaran untuk menjawab masalah yang diajukan peneliti.

1. Penelitian Terdahulu

Peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan sehingga peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai sehingga penelitian ini lebih kayadan dapat memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai objek-objek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah suatu hal yang wajar dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Ismi Nuraini Firdaus, mahasiswa Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negri Bandung pada tahun 2012. Penelitian ini berjudul Strategi *Public Relations* melalui media internet dalam membentuk dan mempertahankan citra merek Ouval RSCH Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi *Public Relations* melalui media internet dalam membentuk dan mempertahankan citra merek Ouval RSCH Penelitian ini menggunakan Metode Kualitatif dengan Pendekatan Fenomenologi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *Public Relations* melalui media internet yang dilakukan PR dan promotion Ouval RSCH berhasil dan membangun dan mempertahankan citra merek Ouval RSCH distro. *Brand loyalty* Ouval RSCH distro yang diukur melalui semua tahapan strategi *Public Relations*

memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka sehingga mereka membentuk sikap positip terhadap merek tersebut.

Perbedaan penelitian Ismi Nurani Firdaus terdapat pada tujuan penelitian yang di gunakan, Penelitian Ismi Nurani Firdaus bertujuan untuk mengetahui Strategi *Public Relations* melalui media internet dalam membentuk dan mempertahankan citra merek Ouval RSCH, sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan website BPBD kota bandung sebagai media informasi publik

Kedua, peneliti yang dilakukan oleh Lilih S. Hilaliah mahasiswa Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negri Bandung pada tahun 2012. Penelitian ini berjudul peran Public Officer Oz Radio Bandung dalam memanfaatkan akun twitter Oz Radio. Penelilitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran *Public Relations* officer Oz Radio Bandung dalam memanfaat kan akun twitter Oz Radio sebagai salah satu cara untuk meningkatkan *brand image* Oz Radio 103.1 FM Bandung.

IVERSITAS ISLAM NEGERI

Hasil penelitian ini mengemukan bahwa akun @ozradiobandung mendapat banyak follower dan cukup berpengaruh bagi para follower juga berhasil membangun *brand loyalty* melalui personalisasi dan konservasi, sedangkan akun @icozradio dapat membantu staff PR & promotion Oz Radio dalam menjaalankan tugas nya sebagai media partner dengan pendekatan personal, terkait akun @PR_ozradio ternyata masih kurang merndapat perhatian follower karena kurang nya konservasi.

Perbedaan penelitian Lilih S. Hilaliah terdapat pada tujuan penelitian yang di gunakan, Penelitian Lilih S. Hilaliah bertujuan untuk mengetahui berjudul peran Public Officer Oz Radio Bandung dalam memanfaatkan akun twitter Oz Radio, sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan website BPBD kota bandung sebagai media informasi public

Ketiga peneliti yang dilakukan oleh Nurjayanti mahasiswa Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negri Bandung pada tahun 2012. Penelitian ini berjudul pengaruh media iklan televisi terhadap loyalitas pelanggan provider mentari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan siswa sebagai pelanggan sebagai iklan provider mentari televisi.

Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa pengolahan dan pengujian data diperoleh kesimpulan bahwa, terdapat pengaruh yang signifikan antara media iklan televisi terhadap loyalitas pelanggan.

Perbedaan penelitian nurjayanti terdapat pada tujuan penelitian yang di gunakan, penelitian nurjayanti bertujuan untuk mengetahui seberapa besar loyalitas siswa terhadap provider terhadap provider mentari, untuk mengetahui seberapa besar pengeruh media iklan televisi terhadap loyalitas pelanggan.

Keempat, Novia Ika Setyani pada tahun 2013. Judul penelitian yang diangkat adalah "Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas". Jenis penelitian yang dilakukan melakukan jenis penelitian kualitatif. Adapun hasil penelitian Novia ika Setyani tersebut menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial twitter, facebook, dan blog sebagai sarana komunikasi bagi komunitas digunakan untuk memberikan informasi kelas, pendaftaran kelas,

pencarian guru, tempat dan volunteer, koordinasi, sapaan, live tweet, menjalin kerjasama, berbagi foto, komunikasi dengan Akber kota lain, dan komunikasi dengan akun lainnya. Penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi bagi komunitas dinilai efektif karna dapat dengan mudah dan cepat dalam menyebarluaskan informasi yang ingin disampaikan kepada khalayak tanpa memikirkan jarak, ruang, dan waktu.

Kelima, selain Novia Ika Setyani, Orcatti tahun 2011 juga memiliki penelitias serupa dengan judul ''Pengaruh Peran Media Sosial Twitter Terhadap Brand Awareness Produk Bufallo "jenis penelitian yang dilakukan memakai jenis kuantitatif. Peneliti tersebut menghasilkan kesimpulan yaitu terdapat korelasi antara peran *Public Relations* media sosial Twitter dengan kesadaran brand Buffalo pada pengguna media sosial. Serta terdapat pengaruh peran *Public Relations* melalui media sosial yang dilakukan oleh divisi komunikasi pemasaran terhadap kesadaran brand produk Buffalo. Peneliti terdahulu ini memberikan sumbangsih pemikiran yang positif untuk penelitian yang akan dilakukan dalam hal Media Sosial.

Judul Perbedaan dengan Metode Nama Peneliti Fokus Kajian Hasil Penelitian Penelitian vang akan Penelitian Penelitian dilaksanakan Ismi Nuraini Metode Perbedaan penelitian Strategi Bagaiman Hasil penelitian ini **Firdaus** Kualitatif a Strategi menunjukkan Public Ismi Nurani Firdaus Relations Marketing bahwastrategi terdapat pada tujuan melalui *Public* Public Relations media Relations melalui media penelitian yang di internet pada internet yang gunakan, Penelitian dalam insustri dilakukan PR dan busana membentuk promotion Ouval Ismi Nurani Firdaus RSCH berhasil dan dan islam

	mempertahan	rabani		membangun dan	bertujuan untuk
	kan citra merek Ouval			mempertahankan citra merek Ouval	mengetahui Strategi
	RSCH			RSCH distro. <i>Brand</i>	Public Relations
				loyalty Ouval	melalui media internet
				RSCH distro yang diukur melalui	dalam membentuk dan
				semua tahapan	mempertahankan citra
				strategi <i>Public Relations</i> memenuh	merek Ouval RSCH,
				i atau memuaskan	sedangkan pada
			A/	kebutuhan dan keinginan mereka	penelitian ini bertujuan
				sehingga mereka	untuk mengetahui
			X	membentuk sikap positip terhadap	pengelolaan
			$\Delta \Delta$	merek tersebut.	website BPBD kota
					bandung sebagai
					media informasi
		1	ii.		publik
			ווכ		
Lilih S.	peran Public	Bagaiman	Metode	Hasil	Perbedaan
Hilalliah	Officer Oz	peran	Kualitatif	penelitian ATI ini	penelitian Lilih S.
	Radio	Public B	studi kasus	mengemukan	Hilaliah terdapat pada
	Bandung	Officer Oz		bahwa akun	tujuan penelitian yang di gunakan, Penelitian
	dalam	Radio		@ozradiobandung	Lilih S. Hilaliah
	memanfaatka n akun twitter	Bandung dalam		mendapat banyak follower dan cukup	bertujuan untuk
	Oz Radio	memanfaa		berpengaruh bagi	mengetahuiberjudul
	OZ Rudio	tkan akun		para follower juga	peran Public
		twitter Oz		berhasil	Officer Oz Radio Bandung dalam
		Radio		membangun brand	memanfaatkan
				loyalty melalui	akun twitter Oz
				personalisasi dan	Radio, sedangkan
				konservasi,	pada penelitian ini
				sedangkan akun	bertujuan untuk

Nurjayanti	Penelitian ini	Bagaiman	Metode	@icozradio dapat membantu staff PR & promotion Oz Radio dalam menjaalankan tugas nya sebagai media partner dengan pendekatan personal, terkait akun @PR_ozradio ternyata masih kurang merndapat perhatian follower karena kurang nya konservasi. Hasil penelitian ini	mengetahui pengelolaan website BPBD kota bandung sebagai media informasi public
	berjudul pengaruh	a Penelitian	Kualitatif	mengemukakan bahwa pengolahan	penelitian nurjayanti terdapat
	media iklan	ini		dan pengujian data	pada tujuan
	televisi	berjudul		diperoleh	penelitian yang di
	terhadap	pengaruh	11/	kesimpulan bahwa,	gunakan, penelitian
	loyalitas	media	JII	terdapat pengaruh	nurjayanti
	pelanggan	iklan	- 00	yang signifikan	bertujuan untuk
	provider U	televisi	AS ISLA	antara media iklan	mengetahui
	mentari. SU	terhadap	UNUN	televisi terhadap	seberapa besar
		loyalitas p	ANDUN	loyalitas pelanggan	loyalitas siswa
		pelanggan			terhadap provider
		provider			terhadap provider
		mentari.			mentari, untuk
					mengetahui
					seberapa besar
					pengeruh media iklan televisi
					terhadap loyalitas
					pelanggan.
					L-11111921111

		<u> </u>			
Novia Ika	Penggunaan	Bagaiman	Metode	Adapun hasil	
Styani	Media Sosial	a	Kualitatif	penelitian Novia	
•	Sebagai	Penggunaa		ika Setyani tersebut	
	Sarana	n Media		menyimpulkan	
	Komunikasi	Sosial		bahwa penggunaan	
	Bagi	Sebagai		media sosial	
	Komunitas	Sarana		twitter, facebook,	
		Komunika		dan blog sebagai	
		si Bagi		sarana komunikasi	
		Komunitas		bagi komunitas	
			. 1	digunakan untuk	
				memberikan	
				informasi kelas,	
			75	pendaftaran kelas,	
			-	pencarian guru,	
				tempat dan	
				volunteer,	
				koordinasi, sapaan,	
				live tweet, menjalin	
				kerjasama, berbagi	
			11	foto, komunikasi	
			111	dengan Akber kota	
			/ III	lain, dan	
				komunikasi dengan	
	U	NIVERSIT	AS ISLA	akun lainnya	
	50	NANC	IUNUN	IG DJATI	
Orcatti	'Pengaruh	Bagaiman	Metode Kualitatif	. Peneliti tersebut	•
	Peran Media	a	studi kasus	menghasilkan	
	Sosial	'Pengaruh	Stati Itasas	kesimpulan yaitu	
	Twitter	Peran		terdapat korelasi	
	Terhadap	Media		antara peran Public	
	Brand	Sosial		Relations media	
	Awareness	Twitter		sosial Twitter	
	Produk	Terhadap		dengan kesadaran	
	Bufallo	Brand		brand Buffalo pada	
		Awareness		pengguna media	
		Produk		sosial	
		Bufallo			
		<u> </u>		<u> </u>	<u> </u>

F. KERANGKA PEMIKIRAN

1. Kerangka Konseptual

1.1 Pengertian Strategi

Ahmad Adnanputra (Ruslan, 2007: 133) mengatakan bahwa strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (plan) sedangkan rencana merupakan produk dari perencanaan (planing) yang akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dari proses manajemen.

Strategi "apa dan bagaimana" yang digunakan dalam perencanaan untuk mencapai suatu tujuan organisasi atau lembaga. Jadi batasan pengertian tentang strategi *Public Relations*: alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai PR dalam kerangka suatu rencana PR (*Public Relations Plan*)Strategi PR dibentuk melalui dua komponen yang saling terkait (1) komponen sasaran, merupakan satuan atau segmen yang akan digarap (2) komponen sarana, merupakan panduan atau bauran sarana untuk menggarap suatu sasaran.

Thompson J.L mendefinisikan Strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi. Bennet menggambarkan strategi sebagai arah yang dipilih organisasi untuk diikuti dalam meencapai misinya yang menawarkan lima kegunaan dari kata Strategi yaitu (Oliver 2007:2)

- 1. Sebuah rencana suatu arah tindakan yang diinginkan secara sadar;
- 2. Sebuah cara, suatu manuver spesifik yang dimaksudkan untuk mengecoh lawan atau competitor;

16

3. Sebuah pola, dalam suatu rangkaian tindakan;

4. Sebuah posisi, suatu cara menempatkan organisasi dalam sebuah

lingkungan;

5. Sebuah perspektif, suatu cara yang terintegrasi dalam memandang

dunia.

2. Teori POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling)

Teori POAC berakar dari karya pemikiran George R. Terry. Pemikiran

tentang manajemen yang paling dikedepankan adalah pemikiran Terry, sebab

dianggap salah satu yang paling jelas, karenanya banyak dikutip dan dijadikan

dasar untuk penerapan baik dalam hubungannya dengan jenis organisasi maupun

dengan sistem pemerintahan dimana organisasi itu berada.

POAC merupakan sub-aktivitas yang masing-masing merupakan fungsi

fundamental. Keempat sub-aktivitas itu antara lain:

a. Planning : Perencanaan

b. Organizing: Pengorganisasian

Universitas Islam Negeri

BANDUNG

c. Actuating: Penggiatan

d. Controlling: Pengawasan

a) Planning (Perencanaan)

Menurut Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek

(2009:7) planning atau perencanaan adalah aktivitas meneteapkan tujuan dan

tindakan-tindakan untuk mencapai tujuan tersebut. Menyusun sebuah rencana

diperlukan kemampuan meramalkan dan memvisualkannya. Pentingnya

kemampuan meramalkan karena dengan imajinasi dapat diperkirakan hambatan-

hambatan yang mungkin dijumpai, dengan demikian dalam pelaksanaannya kelak dapat diambil tindakan dengan segera, apabila ternyata membentur rintangan.

Pentingnya kemampuan memvisualkan suatu rencana, karena visualisasi memungkinkan siapa saja dapat melihat dan mengkhayati dengan cepat apa-apa yang harus dilakukan untuk melaksanakan rencana yang disusun itu guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Perencanaan (*Planning*) meliputi; penetapan tujuan dan standar, penentuan aturan dan prosedur, pembuatan rencana serta ramalan (prediksi) apa yang akan terjadi.

b) Organizing (Pengorganisasian)

Organizing merupakan jembatan yang menghubungkan rencana dengan pelaksanaan, yakni penggerakan atau penggiatan orang-orang yang akan di libatkan dalam pencapaian tujuan.

"Pengorganisasian adalah kegiatan membagi-bagikan tugas kepada komponen-komponen aktivitas di antara para anggota kelompok. Disini "the right man in the right place" memegang peranan yang sangat penting, sebab efektivitas dan efesiensi banyak ditentukan oleh ketepatan orangnya. Efektif berarti berhasil mencapai tujuan seraya memuaskan hati semua pihak yang dilibatkan dalam pencapaian tujuan dengan biaya yang telah ditetapkan" (Effendy, 2009: 58).

Pengorganisasian dalam hal pengelompokan dan pendistribusian tugas dilakukan sedemikian rupa, sehingga dalam pelaksanaan pekerjaan nanti tidak terjadi benturan-benturan psikologis di kalangan para komponen aktivitas dan tidak terjadi tumpang tindih dala penggarapan tugas. Menciptakan koordinasi yang integrative, suatu kerjasama yang terpadu berdasarkan mekanisme kerja yang mapan.

c) Actuating (Penggiatan)

Menurut Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek (2009:66) Penggiatan berarti upaya mengerahkan sambil merangsang para anggota kelompok agar melaksanakan tugasnya dengan gairah. Penggiatan ini meliputi upaya-upaya: memimpin, membimbing, dan mengarahkan sedemikian rupa, sehingga para anggota kelompok itu mempunyai otoaktivitas dan kreativitas dalam melaksanakan rencana dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Otoaktivitas dan kreativitas itu harus dimiliki para anggota kelompok seringkali harus dimotivasi. Motif atau daya gerak pada diri masing-masing anggota kelompok itu sebenarnya sudah ada, tetapi perlu dipacu oleh manajer, sehingga aktivitas mereka itu tumbuh dengan sendirinya disertai daya cipta yang semakin mantap.

Pembimbingan dan pengarahan terhadap para anggota kelompok itu perlu dilakukan secara manusiawi dalam suasana demokratis, dalam arti kata menampung pendapat mereka dalam memecahkan suatu permasalahan kerja, bukannya dengan cara perintah. Gaya kepemimpinan seperti itulah yang perlu dilakukan dalam tahap penggiatan atau actuating tersebut.

d) Controlling (Pengawasan)

Menurut Effendy dalam buku Ilmu Komnikasi Teori dan Praktek (2009:78) controlling adalah tindakan memeriksa atau mengkaji apakah kegiatan-kegiatan yang dilakukan para anggota kelompok sesuai dengan rencana. Pengawasan itu perlu dilaksanakan untuk memperoleh kepastian bahwa pekerjaan

yang dilakukan mereka, selaras dengan tujuan yang telah di tetapkan dengan perasaan puas.

Pengawasan (*controlling*) mencakup; persiapan suatu standar kualitas dan kuantitas hasil kerja, baik berbentuk produk maupun jasa yang diberikan perusahaan/organisasi dalam upaya pencapaian tujuan, produktivitas dan terciptanya citra yang positif.

Keempat tindakan yang merupakan sub-aktivitas dalam manajemenitu, yakni *planning, organizing, actuating*, dan *controlling*, seringkali terbentur pada masalah yang menyangkut faktor manusia, sumber daya manusia yang pelik disebabkan kejiwaannya, dalam hubungan inilah perlunya manajer memahami *Human Relations* dan *Public Relations*.

- a. Studi kasus merupakan strategi penelitian di mana di dalam nya penelitian menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses atau sekelompok individu. Kasus-kasus di batasi oleh waktu dan aktivitas, dan peneliti mengumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan waktu yang telah di tentukan (Stake, 1995).
- b. pengertian dari informasi secara umum informasi adalah data yang sudah diolah menjadi suatu bentuk lain yang lebih berguna yaitu pengetahuan atau keterangan yang ditujukan bagi penerima dalam pengambilan keputusan, baik masa sekarang atau yang akan datang (Gordon B. Davis 1990; 11)

c. Menurut Prajudi, Pengertian pengelolaan ialah pengendalian dan pemanfaatan semua faktor sumber daya yang menurut suatu perencana diperlukan untuk penyelesaian suatu tujuan kerja tertentu.

Pengertian managemen etimoligis yaitu menegement yang artinya seni mengatur dan melaksanakan. Kata manajemen sering digunakan dalam seharihari kita dan sangat membantu dalam mengerjakan sesuatu. Tentunya peran manajemen sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari yang diperuntukkan untuk mengatur segala pekerjaan, manajemen ini berfungsi agar segala pekerjaan dapat terselesaikan dengan baik secara tersistematis. Hal inilah yang membuat para ahli memberikan pengertian manajemen.

3. Pengertian Public Relations (PR)

Public Relations (PR) yang biasa ditulis dengan singkat PR atau yang juga lazim disebut purel atau hubungan masyarakat, masih merupakan bidang baru terutama di Indonesia. Berhubung dengan meningkatnya perhatian terhadap Public Relations, terutama dari perusahaan-perusahaan besar, timbul kebutuhanakan orang-orang yang memiliki pengetahuan khusus dalam bidang itu.

Public Relations diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia, istilah itu mengandung arti hubungan dengan publik. Pengertian "Publik" adalah sekelompok orang yang menaruh perhatian pada sesuatu hal yang sama, mempunyai minat dan kepentingan yang sama. Sedangkan istilah "Relations" (dengan istilah jamak) penting sekali jika dilihat dalam hubungannya dengan pengertian Public Relations.

Public Relations apabila dilihat dari pengertian diatas, jika dilihat dan diterjemahkan dari asal katanya adalah "Hubungan-hubungan antar Publik" atau singkatnya "Hubungan-hubungan Publik".

"Humas dapat dibedakan ke dalam dua pengertian yakni: "Sebagai teknik komunikasi dan sebagai metode komunikasi:, Humas sebagai teknik komunikasi dimksudkan bahwa humas dilakukan sendiri oleh pimpinan organisasai. Sedangkan Humas sebagai metode komunikasi dimkasudkan bahwa dilakukan secara melembaga (*Public Relations of being*), dimana wahana Humas ditekankan dalah berupa biro, bagian, seksi, urusan bidang dan lain sebagainya. Dapat dikatakan bahwa Humas baik sebagai teknik komunikasi maupun sebagai metode komunikasi adalah suatu aktifitas yang menunjang manajemen suatu lembaga untuk menggerakkan manusia-manusia yang terlibat, menuju sasaran dan tujuan lembaga". (Effendy, 2002:34)

Humas adalah proses kontinu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh *good will* (kemauan baik) dan pengertian dari para pelanggannya, pegawainya, dan publik umumnya ke dalam menganlisa dan perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pertanyaan-pertanyaan.

Secara sederhana, Hubungan masyarakat atau sering disingkat Humas adalah seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu atau organisasi. Namun, Humas banyak didefinisikan oleh para ahli secara berbeda. Perbedaan definisi ini dikarenakan kriteria yang digunakan para ahli sangat beragam.

G. LANGKAH PENELITIAN

1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, yang mencoba memaparkan situasi atau peristiwa dan tidak mencoba untuk mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi karena penelitian deskriptif adalah untuk membuat pecandraan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. lebih lanjutnya, metode deskriptif ditujukan untuk:

- 1. Mengumpulkan informasi actual secara rinci untuk melukiskan gejala yang ada.
- 2. Mengidentifikas<mark>i masalah atau me</mark>meriksa kondisi dan praktekpraktek yang berlaku
- 3. Membuat perbandingan dan evaluasi
- 4. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana data keputusan pada waktu yang akandatang

Studi kasus digunakan dengan melibatkan peneliti dalam penyelidikan yang lebih mendalam dan pemeriksaan yang menyeluruh terhadap perilaku seorang individu. Burhan Bungin dalam bukunya "analisis data penelitian kualitatif, pemahaman filosofis dan metodologi searah penguasaan model aplikasi, menyatakan bahwa studi kasus dapat mengantarkan peneliti memasuki unit-unit social terkecil seperti perhimpunan, kelompok, keluarga, dan berbagai bentuk unit

social lainnya. Studi kasus dipilih dengan maksud menjadikan focus penelitian agar keutuhan penelitian dapat terjaga.

"Strategi yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada studi kasus, yaitu sebuah strategi yang mengkaji secara rinci atas suatu latar atau ataupun subjek ataupun peristiwa tertentu.

2. Sumber Data

Sumber data dalam peneltian ini dibagi kepada dua bagian, yaitu sebagai berikut:

- a) Sumber data primer, yang menjadi sumber rujukan pertama dan utama yaitu kepada PR BPBD kotaBandungdan para staff.
- b) Sumber data sekunder, data sekunder dalam penelitian ini berupa litelatur dan data penunjang dimana satu sama lain saling mendukung, yaitu bahan pustaka pendukung teori, artikel, majalah, buku-buku, makalah dan lainnya.

3. Teknik Pemilihan Informan

Peneliti menggunakan teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan. Pertimbangan ini misalnya orang yang dijadikan narasumber merupakan orang yang dianggap paling tahu dan mengerti tentang apa yang diharapkan peneliti sehingga memudahkan peneliti menjelajahi situasi yang akan diteliti. Narasumber yang dijadikan objek penelitian merupakan orang yang berkaitan langsung dan memiliki pengetahuan di bidangnya, yaitu Divisi Humas BPBD kota Bandung.

Subjek penelitian yang dijadikan sebagai informan adalah Humas BPBD kota Bandung dengan kriteria:

- a) Informan adalah Bagian Divisi Humas BPBD kota Bandung sebagai tempat penelitian peneliti.
- b) Informanadalah para staff BPBD kota Bandung.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

4.1 Observasi

Penelitian melakukan pengamatan non partisipasi (*non participant tobservation*) yakni observasi pengumpulan data dan informasi tanpa menitik beratkan diri atau tidak menjadi bagian dari lingkungan penelitian. Hanya memperhatikan gejala-gejala atau fenomena kemudian mencatatnya dalam buku observasi bertujuan untuk mendeskripsikan setting yang dipelajari, aktivitas-aktivitas yang berlangsung, orang-orang yang terlibat dalam aktivitas, dan makna kejadian dilihat dari perspektif mereka terlibat dalam kejadian yang diamati tersebut. Observasi dilakukan selama 6 kali dalam satu bulan.

4.2 Wawancara

Wawancara adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam (depth interview). Biasanya wawancara mendalam menjadi alat utama pada penelitian kualitatif yang dikombinasikan dengan observasi non partisipatif. Teknik ini menghimpun

BANDUNG

data-data mengenai berbagai langkah atau strategi yang dilakukan oleh devisi humas BPBD kota Bandung.

5. Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung secara interaktif dan terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sedah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, data reduction, data display, dan consulution drawing/verification.

5.1 Reduksi data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan data dan selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan, oleh karena itu, dalam melakukan segala sesuatu yang dipandang asing, tidak dikenal, belum memiliki pola, justru itulah yang harus dijadikan perhatian dalam melakukan reduksi data.

5.2 Penyajian data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data, jika dalam penelitian kuantitatif penyajian data dapat dalam bentuk tabel, grafik, phie chard, pictogram dan sejenisnya, dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya.

5.3 Mengambil Simpulan/ Verifikasi

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang akan dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

Apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat kembali ke lapangan, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

BANDUNG

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah berada di lapangan.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

6. Validasi Data

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk kepentingan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Denzin membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan sumber, metode, penyidik dan teori. Penelitian mengenai *Startategi PR online* humas BPBD kota Bandung dalam pemanfaatan *website* informasi publik ini menggunakan triangulasi penyidik (data) dengan mengecek derajat kepercayaan data kepada narasumber yang sudah ditentukan oleh peneliti yaitu Humas BPBD kota Bandung.

Peneliti menggunakan triangulasi penyidik (data) dengan mengecek derajat kepercayaan data kepada beberapa narasumber yang sudah ditentukan oleh peneliti yaitu Humas BPBD kota Bandung, sehingga akan mendapatkan kelengkapan dan keakuratan data yang dibutuhkan sesuai objek yang diteliti.

7. Lokasi dan Jadwal Penelitian

7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan diKantor Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jalan soekarno hatta No.260 Bandung. 40286

7.2 Jadwal penelitian

N	Daftar Kegiatan	Desember	Januari	Februar	Maret	April	Mei	Juni
0		2015	2016	i	2016	2016	2016	2016
				2016				
1	Tahapan Pertama							
	Pengumpulan Data Proposal Penelitian		1					
	Penyusunan Proposal Penelitian		3	K				
	Bimbingan Proposal Penelitian							
	Revisi Proposal Penelitian							
2	Tahap Kedua : Us	sulan Penelit	an					
	Sidang Usulan Penelitian	Unive		slam N	EGERI			
	Revisi Usulan Penelitian	SUNAI		UNG	DJAT	1		
3	Tahap Ketiga : Penyusunan Skripsi							
	Pelaksanaan Penelitian							
	Analisis dan Pengolahan Data							
	Penulisan Laporan							
	Bimbingan							

	Skripsi							
4	Tahap Keempat : Sidang Skripsi							
	Bimbingan Akhir Skripsi							
	Sidang Skripsi							
	Revisi Skripsi							

