

PERAN KOMUNIKASI HUMAS DALAM PENYEBARLUASAN INFORMASI PEMBANGUNAN DAERAH (Studi pada Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Jeneponto)

^{1*} Ahmad Syarif, ² Wardah, ³ Santi Nawanti

Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Makassar, Jl. Sultan Alauddin No 259 Makassar

ahmadsyarif@unismuh.ac.id, ardawardahna@gmail.com Santinawanti169@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran humas pemerintah daerah dalam penyebaran informasi pembangunan daerah. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan penelitian adalah sekda, kabag humas, kasubag humas, staf kantor dan tokoh masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan, untuk mengukur efektivitas komunikasi terdapat 3 aspek yaitu: komunikator, pesan dan audiens. Komponen dari komunikator yaitu kredibilitas dan konteks yang dapat menimbulkan kepercayaan kepada komunikan. Pada komponen ini komunikator mampu menyampaikan informasi dengan baik dengan memberikan penjelasan yang mudah dipahami kepada masyarakat. Sedangkan komponen pesan yaitu *content, clarity, channel, continuitas dan concitency*. Pada komponen pesan, penyebaran informasi dengan memberikan data dengan menggunakan kata-kata yang mudah dipahami dan disebar melalui media secara konsisten dan terus menerus. Sedangkan audiens bisa dikatakan baik karena masyarakat puas karena informasi yang diperoleh sesuai dengan kemampuan masyarakat. Faktor pendukung berupa tersedianya sarana prasarana, kerja sama dan dukungan berbagai media sedangkan faktor penghambat yaitu terbatasnya anggaran untuk belanja media.

Kata kunci: Efektivitas Komunikasi, Humas Pemerintah, Pembangunan Daerah.

PENDAHULUAN

Komunikasi adalah suatu aspek terpenting dan yang kompleks dalam kehidupan sosial, manusia sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukannya dengan manusia lain, karena dengan berkomunikasi manusia dapat mengetahui keadaan setiap individu. Keberadaan humas dalam suatu lembaga pemerintah atau instansi merupakan suatu keharusan untuk penyebaran segala kegiatan instansi baik kedalam maupun keluar, dapat dijelaskan bahwa humas dalam menjalankan komunikasi kedalam organisasi atau lembaga yang memberikan informasi kepada masyarakat salah satu bagian dari pemerintahan bertugas untuk mewujudkan bentuk keterbukaan

dan transparan sehingga lebih mudah untuk diakses. Humas menurut menurut Lettimore¹, humas memegang tiga peran, pertama sebagai pemberi penjelasan, ke dua sebagai fasilitator komunikasi, yang berperan untuk menjaga hubungan dan komunikasi dua arah dan ke tiga sebagai fasilitator pemecahan masalah.

Informasi yang disampaikan dan dikelola oleh humas diharapkan mampu membentuk citra positif bagi sebuah instansi.²

Humas di lingkungan pemerintahan merupakan hal yang sangat penting untuk membuka ruang publik dalam mendapatkan informasi. Informasi dapat disampaikan kepada masyarakat serta melalui media. Informasi yang disampaikan dan dikelola

Penyebaran informasi pembangunan daerah adalah memberikan informasi mengenai pemanfaatan sumber daya yang memiliki kesejahteraan masyarakat, baik dari segi aspek pendapatan, kesempatan kerja, akses terhadap pengambilan kebijakan berdaya saing maupun peningkatan indeks pembangunan manusia, karena kita ketahui bahwa seiring dengan perkembangan komunikasi dan informasi tidak menutup-nutupi fakta atau peristiwa. Keberadaan humas Kabupaten Jeneponto sangat dibutuhkan oleh pemerintah untuk mewujudkan *Good Governance* meningkatkan pelayanan publik. Semua informasi pembangunan daerah akan tersampaikan oleh humas pemerintah sebagai mediator dan publisitas secara khusus di era keterbukaan informasi publik terlebih lagi sedang dirancangnya *open government* di lingkungan pemerintah.

Dengan demikian peran humas Jeneponto sangat diperlukan untuk mengatur suatu informasi humas memiliki peran sentral dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Penelitian ini dibuat untuk mengetahui efektivitas komunikasi humas pemerintah daerah kabupaten jeneponto dalam penyebarluasan informasi pembangunan daerah adapun yang menjadi fokus penelitian adalah efektivitas komunikasi humas pemerintah daerah dalam penyebarluasan informasi pembangunan.

¹ Sisilia Herlina, 'Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang', 4.3 (2015), 493 <www.publikasi.unitri.ac.id>.

² Fathiyah, 'Strategi Brand Image Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Stain Majene', *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4.1 (2021), 122–29 <<https://doi.org/10.35326/medialog.v4i1.993>>.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif Bogdan dan Talyor mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif ialah penelitian yang bisa menciptakan berupa data deskriptif yakni kata tertulis maupun lisan serta mengkaji fenomena yang terjadi lebih lanjut³. Sedangkan tipe penelitian adalah penelitian deskriptif yang menekankan pada gambar dan kata-kata pada teknik pengumpulan data digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Informan penelitian adalah sekda, kabag humas, kasubag humas, staf kantor dan tokoh masyarakat, yang berdomisili dan/atau yang bertugas pada lingkup pemerintah daerah kabupaten Jeneponto. Teknik analisis data merupakan proses menyusun, mencari sistematis dan memperoleh hasil wawancara dilapangan, teknik pengabsahan data yaitu melakukan pemeriksaan keabsahan data yang digunakan adalah teknik triangulasi untuk memeriksa data pada sumber yang sama namun teknik yang berbeda.⁴

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Efektivitas komunikasi humas adalah suatu proses untuk menunjukkan tingkat keberhasilan suatu pesan yang disampaikan ke masyarakat apabila sudah diberikan respon maka pesan yang disampaikan itu dapat dikatakan sudah berhasil. Untuk mengukur efektivitas komunikasi humas menurut Cutlip terdapat 3 aspek yaitu: komunikator, pesan dan audiens.⁵

Pada aspek (1) Komunikator tidak hanya berperan dalam menyampaikan pesan kepada penerima, tetapi juga memberikan respon dan tanggapan serta menjawab pertanyaan dan masukan yang disampaikan oleh penerima. Oleh karena itu yang menjadi komponen dari komunikator adalah kredibilitas dan konteks.

Komunikasi yang dimulai dengan rasa saling percaya dan iklim di bangun melalui kinerja dipihak instansi serta menghormati yang merefleksikan keinginan untuk melayani stakeholder dan publik.⁶ Penerima harus kepada pengirim informasi menghormati kompetensi sumber dari informasi terhadap topik yang akan disebarluaskan kompetensi dan sikap yang sudah sesuai dengan keinginan masyarakat.

³ Moleong, Lexy.J. Metode penelitian kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya

⁴ Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.

⁵ Cutlip, Scoot M, Allen H centre & Glen M. Broom (2011) Efective Public relation, Edisi kesembilan , Jakarta: Kencana

⁶ Cutlip, Scoot M, Allen H centre & Glen M. Broom (2011) Efective Public relation, Edisi kesembilan , Jakarta: Kencana

West menyatakan bahwa kredibilitas bisa diukur menggunakan lima faktor: kepercayaan (*Trust*), akurasi (*Accurate*), keadilan (*Fair*), cerita (*Story*), dan tidak bias (*Unbiased*).⁷

Kredibilitas berdasarkan hasil penelitian, komunikator yang dimiliki humas pemerintah daerah kabupaten jenepono adalah kemampuan sikap, dan keahlian. Komunikator memiliki kredibilitas yang bisa menimbulkan kepercayaan kepada komunikan sehingga komunikasi akan berjalan sesuai dengan yang diinginkan. Serta adanya perubahan sikap agar informasi yang disampaikan itu dapat dipercaya di mata masyarakat.

Sementara konteks berdasarkan hasil penelitian, yaitu penyampaian informasi pembangunan daerah dapat dipahami masyarakat karena informasi yang disampaikan disesuaikan dengan kenyataan yang ada dalam lingkungan serta memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi. Selain itu, pihak kecamatan yang turun langsung menyebarkan informasi pembangunan daerah. Ini dapat dikatakan berjalan secara efektif karena masyarakat dapat memahami terkait informasi yang disampaikan.

Pada aspek (2) pesan, dalam penyampaian informasi kepada masyarakat mencakup komponen *content, clarity, channel, continuitas dan concitency*.

Komponen *Content* berkaitan dengan isi pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Pesan yang disampaikan itu harus mengandung makna bagi penerimanya dan harus sesuai dengan sistem nilai penerima. Pesan harus relevan dengan situasi penerima. Pada umumnya orang memilih item atau informasi yang menjadikan manfaat besar bagi mereka. Isi pesan merupakan inti dari kegiatan komunikasi hal ini sesuai dengan tujuan komunikasi yang akan dilakukan dengan harapan akan memberikan efek positif, yaitu terjadi perubahan pada perilaku khalayak.⁸

Content berdasarkan hasil penelitian adalah masyarakat sudah puas begitupula dengan komunikator dalam menyampaikan informasi. Kepuasan ini tercapai karena informasi dapat dimengerti oleh pihak audience dan sebaliknya pihak audience akan memberikan respon kepada komunikator.

Isi pesan yang disebarluaskan ke masyarakat adalah salah satu contoh dalam penyampaian informasi pembangunan infastruktur, dan pembangunan bendungan karalloe yang

⁷ Mark Douglas West, 'Validating a Scale for the Measurement of Credibility: A Covariance Structure Modeling Approach', *Journalism Quarterly*, 71.1 (1994), 159–68 <<https://doi.org/10.1177/107769909407100115>>.

⁸ Z. Anandhita, 'ANALISIS ATAS DESAIN WEBSITE ECOMMERCE PADA ZGS GAME SHOP (Studi Kasus Pengguna Website Pada Mahasiswa Di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)', *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 9.1 (2014), 81053.

sudah disampaikan kemasyarakat sehingga masyarakat bisa menerima pesan itu secara jelas. Pada isi pesan disampaikan oleh pihak humas dapat mempengaruhi pemikiran masyarakat tersebut karena adanya perubahan sikap tentu akan berpengaruh pada pesan yang disampaikan, kondisi ini sangat berpengaruh secara signifikan terhadap komunikasi yang berjalan.

Kemudian pada komponen *Clarity* (kejelasan), tujuan dari komunikasi adalah terjadinya pengertian bersama, dan untuk sampai pada tujuan itu, maka seorang komunikator maupun komunikan harus sama-sama saling mengerti fungsinya masing-masing.

Menurut Aw, Suranto ada beberapa indikator komunikasi efektif, yaitu pemahaman ialah kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana dimaksudkan oleh komunikator.⁹ Komunikan mampu menyampaikan pesan sedangkan komunikator mampu menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Clarity berdasarkan hasil penelitian dimana pada hasil informasi dari data informan komponen ini sudah berjalan dengan baik dimana pihak komunikator humas dalam menyampaikan informasi sudah jelas dalam artian kejelasan yang meliputi isi informasi, kejelasan akan tujuan yang hendak dicapai serta kejelasan dalam penyampaian informasi.

Humas dalam menyampaikan pesan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat apalagi jika masyarakat pedesaan kadang tidak mengerti jika menggunakan bahasa Indonesia oleh karena itu humas bekerja keras dalam hal ini ketika ingin menyampaikan informasi selain itu terkadang masyarakat tidak mau menerima langsung ketika menyampaikan informasi namun hal ini bisa diatasi dan diberikan penjelasan sampai masyarakat benar benar paham terhadap informasi yang disampaikan.

Saluran komunikasi (alat komunikasi) yang sudah ada harus digunakan, sebaiknya saluran yang dihormati dan dipakai oleh si penerima.¹⁰ Saluran yang berbeda punya efek berbeda dan efektif pada tingkat yang berbeda-beda pada saat distribusi pesan (proses penyebaran pesan). Dibutuhkan pemilihan saluran yang sesuai dengan publik sasaran.

Channel berdasarkan hasil penelitian, humas pemerintah menyiapkan media untuk memudahkan masyarakat sehingga sudah dapat dikatakan efektif salah satunya bentuk penyebarluasan informasi pembangunan daerah di kabupaten jenepono dengan menggunakan

⁹ Aw, Suranto (2011). Sistem komunikasi Indonesia. Bandung : remaja rosdakarya

¹⁰ Cutlip, Scoot M, Allen H centre & Glen M. Broom (2011) Efective Public relation, Edisi kesembilan , Jakarta: Kencana

brosur, media cetak, dan media sosial sehingga penyampaian informasi tersampaikan kepada masyarakat.

Kemudian pada komponen *Contiuity dan Consistency* (kontinuitas dan konsistensi) komunikator menyampaikan secara terus menerus dan informasi yang disampaikan tidak bertentangan dengan informasi yang terdahulu, atau tidak berubah-ubah. *Continuity and Consistency* yaitu komunikasi merupakan suatu proses yang tidak pernah berakhir.¹¹ Oleh karena itu dilakukan secara berulang-ulang dengan berbagai variasi pesan serta pesan-pesan tersebut harus konsisten dengan cara demikian akan mudah proses komunikasi, membujuk masyarakat.

Contiuity dan Consistency berdasarkan hasil penelitian, penyampaian informasi pembangunan daerah dilakukan secara rutin dilakukan secara berulang, pada hal ini dikatakan berjalan secara efektif karena masyarakat juga menerima informasi itu setiap saat ada kegiatan yang dilakukan pemerintah dan informasi itu dilakukan secara berulang-ulang, penjelasan dari pemerintah setempat. Dalam menyampaikan informasi secara konsisten, dan dilanjutkan kemasyarakat yang lainnya untuk bisa menerima informasi tersebut.

Sementara pada aspek (3) audiens, berjalan secara efektif karena masyarakat puas dengan komunikator yang memberikan atau mensosialisasikan informasi yang sangat sesuai dengan kemampuan yang dimiliki masyarakat bahkan memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi terkait dengan keinginan untuk mengakses informasi.

Kemampuan *audience* dibuktikan dengan media komunikasi dan pesan yang disampaikan pada program menyesuaikan kemampuan khalayak.¹²

Pada kapasitas kemampuan audiens, pihak humas terjung ke masyarakat untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan kemampuan komunikannya dalam memahami suatu pesan yang akan disampaikan. Dimana komunikator akan memperhatikan audiensnya dalam bahasa yang akan digunakan pihak humas itu sendiri dalam menyampaikan informasi tersebut dengan menyesuaikan tingkat pendidikan yang dimiliki masyarakat. Adapun faktor yang terjadi adalah pada kapasitas audiens adalah kurangnya kemampuan membaca, pada sebagian masyarakat jadi pihak humas memudahkan dengan memperlihatkan brosur atau menjelaskan lebih detail terhadap informasi pembangunan daerah.

¹¹ Rosady Ruslan (2014) *Manajemen Public Relation Dan Media Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Drafindo

¹² Susie Perbawasari, Diah Fatma Sjoraida, and Vidia Ayu Lestari, 'Proses Public Relations Dalam Program Gerakan Pungut Sampah Pemerintah Kota Bandung', *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 19.2 (2016), 95–108 <<https://doi.org/10.20422/jpk.v19i2.59>>.

Sementara itu, faktor pendukung dan penghambat dalam penyebarluasan informasi pembangunan daerah. fungsi komunikator dalam meningkatkan efektivitas komunikasi tentunya didukung beberapa faktor pendukung dan penghambat dilihat dari tiga aspek yaitu komunikator, pesan, audiens.

Sarana transportasi secara umum tidak ada ditemukan permasalahan pada bagian humas sekretariat daerah kabupaten jeneponto yang sangat mendetail cuma ada beberapa yang harus diupayakan untuk peningkatan dan penambahan agar dapat mengantisipasi kendala dan hambatan yang dapat mempengaruhi kinerja pada bagian humas sekretariat pemerintah daerah kabupaten jeneponto. Kurangnya anggaran yang disiapkan humas kabupaten jeneponto sehingga humas kelelahan dalam menghadapi kegiatan tersebut karena sebagian yang ada di humas harus terjun ke lapangan dadalam pengambilan data tentang pembangunan kabupaten jeneponto supaya dalam pembangunan tersebut dapat didokumentasikan dan disebarluaskan oleh humas kepada masyarakat.

KESIMPULAN

Gambaran efektivitas komunikasi humas pemerintah daerah kabupaten jeneponto dalam penyebarluasan informasi pembangunan daerah:

- a. Komunikator yang dimiliki humas kabupaten jeneponto adalah kemampuan sikap, dan keahlian. Komunikator memiliki kredibilitas yang bisa menimbulkan kepercayaan kepada komunikasikan sehingga komunikasi akan berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan.
- b. Pesan terdiri dari beberapa komponen yaitu content dapat dikatakan berjalan dengan baik karena masyarakat jeneponto sudah merasa bahwa sosialisasi dalam penyebaran informasi komunikator memberikan informasi yang akurat, kemudian clarity dapat dikatakan efektif karena pesan yang disampaikan melalui media. Informasi yang disampaikan ke masyarakat menggunakan bahasa yang mudah dipahami. Sedangkan pada komponen *continuity dan consistency*, pembangunan yang sedang marak-maraknya adalah pembangunan bendungan karalloe, pembangunan rumah sakit pratama. Pada komponen channel adapun media yang digunakan dalam menyampaikan informasi yaitu brosur, youtube, dan televisi. Komunikator memiliki keterampilan yang sangat efektif dalam memberikan informasi ke masyarakat karena masyarakat sudah menyiapkan sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan.
- c. Audiens bisa dikatakan baik karena masyarakat puas dengan komunikator yang memberikan atau mensosialisasikan informasi itu yang sesuai dengan kemampuan dimiliki.

Sementara faktor pendukung dan penghambat dalam penyebarluasan informasi pembangunan daerah adalah tersedianya sarana prasarana, kerja sama dan dukungan berbagai media sedangkan faktor penghambat yaitu terbatasnya anggaran untuk belanja media.

DAFTAR PUSTAKA

- Anandhita, Z., 'ANALISIS ATAS DESAIN WEBSITE ECOMMERCE PADA ZGS GAME SHOP (Studi Kasus Pengguna Website Pada Mahasiswa Di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)', *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 9.1 (2014), 81053
- Arifin Anwar (2011). *Sistem Komunikasi Indonesia*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Aw, Suranto (2011) *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cutlip, Scoot M., Allen H. Center & Glen M.Broom (2011) *Efective Public Relations*, Edisi Kesembilan. Jakarta: Kencana.
- Fathiyah, 'Strategi Brand Image Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Stain Majene', *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4.1 (2021), 122–29
<<https://doi.org/10.35326/medialog.v4i1.993>>
- Herlina, Sisilia, 'Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang', 4.3 (2015), 493 <www.publikasi.unitri.ac.id>
- Moleong, Lexy. J (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nurudin (2016) *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Perbawasari, Susie, Diah Fatma Sjoraida, and Vidia Ayu Lestari, 'Proses Public Relations Dalam Program Gerakan Pungut Sampah Pemerintah Kota Bandung', *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 19.2 (2016), 95–108 <<https://doi.org/10.20422/jpk.v19i2.5>>
- Rosady Ruslan (2014) *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- West, Mark Douglas, 'Validating a Scale for the Measurement of Credibility: A Covariance Structure Modeling Approach', *Journalism Quarterly*, 71.1 (1994), 159–68
<<https://doi.org/10.1177/107769909407100115>>