

STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF PEMERINTAH KABUPATEN BATU BARA

Isna Asdiani Nasution

ABSTRAKSI

Bidang Public Relations merupakan bidang yang sangat luas dan menyangkut hubungan dengan berbagai pihak. Bidang Public Relations atau public relations bukan sekedar relations (hubungan), Public relations juga bukan sekedar menjual senyum, propaganda dengan tujuan memperoleh kemenangan sendiri, atau mendekati pers dengan tujuan untuk memperoleh suatu kemenangan sendiri, atau mendekati pers dengan tujuan untuk memperoleh suatu pemberitaan. Lebih dari itu, Public Relations mengandalkan strategi, yakni agar organisasi disukai oleh pihak-pihak yang berhubungan. Semua tujuan public relations menjelaskan bahwa berdirinya Public Relations disebuah perusahaan adalah untuk membangun hubungan komunikasi yang baik dengan public internal dan eksternal. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kualitatif, dimana data yang diperoleh dengan cara wawancara dan observasi, intisari dokumen sehingga hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah berupa rangkaian kata-kata bukan angka yang biasanya disusun dalam teks kemudian diperluas. Selanjutnya data dianalisis dengan teknik deskriptif yang menggambarkan kenyataan/kejadian apa adanya yang sesuai dengan hasil sebenarnya dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif yaitu menggunakan cara berpikir yang dimulai dari hal-hal yang khusus (fakta empiris) menuju hal-hal yang umum (tataran konsep).

Kata kunci : *Public relations, citra positif dalam pemerintah*

A. Latar Belakang Masalah

Aktifitas Public Relations sehari-hari adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik antara organisasi atau suatu perusahaan dengan publik untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya tujuan yang telah ditetapkan. Pada dasarnya aktifitas PR meliputi kegiatan mulai dari pembenahan organisasi itu sendiri, hingga kegiatan yang bersifat membangun atau menciptakan citra perusahaan dan hubungan yang positif dimata publiknya. Fungsi utama Public Relations adalah untuk mencapai tujuan dan menciptakan citra yang positif bagi perusahaannya (*image maker*), selain memelihara hubungan baik dengan seluruh publik baik publik internal maupun publik eksternal. Publik internal adalah publik yang ada di dalam perusahaan sedangkan publik eksternal adalah mereka yang berkepentingan terhadap perusahaan dan berada di luar perusahaan.

Bidang Public Relations merupakan bidang yang sangat luas dan menyangkut hubungan dengan berbagai pihak. Bidang Public Relations atau public relations bukan sekedar relations (hubungan), Public relations juga bukan sekedar menjual senyum, propaganda dengan tujuan memperoleh kemenangan sendiri, atau

mendekati pers dengan tujuan untuk memperoleh suatu kemenangan sendiri, atau mendekati pers dengan tujuan untuk memperoleh suatu pemberitaan.

Lebih dari itu, Public Relations mengandalkan strategi, yakni agar organisasi disukai oleh pihak-pihak yang berhubungan. Semua tujuan public relations menjelaskan bahwa berdirinya Public Relations disebuah perusahaan adalah untuk membangun hubungan komunikasi yang baik dengan public internal dan eksternal. Untuk mencapai tujuan-tujuan dari Public Relations sendiri, maka Public Relations harus membuat kegiatan atau program-program layanan informasi yang akan mereka laksanakan nantinya. Sehingga mereka semua dapat dengan jelas mengetahui informasi mengenai perusahaan. Dan dengan adanya informasi pelayanan yang mereka dapatkan bisa mengangkat atau menjatuhkan citra dan reputasi organisasi atau perusahaan.

Dalam hal ini penulis ingin menjelaskan “Bagaimana Strategi Komunikasi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Positif Pemerintah Kabupaten Batu Bara”.

B. Perumusan Masalah

“Bagaimana Strategi Komunikasi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Positif Pemerintah Kabupaten Batu Bara?”

C. Tujuan Penelitian

“Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Positif Pemerintah Kabupaten Batu Bara?”

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini sebagai berikut :

1. Secara Akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah penelitian mengenai peranan Public Relations.
2. Secara teoritis, hasil penelitian diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti mengenai kajian dibidang komunikasi khususnya pada teknik meningkatkan citra positif suatu pemerintahan.

E. Kerangka Teoritis

1. Fungsi Public Relations Secara Umum

Berbicara tentang Public Relations pasti ingatan kita akan tetuju pada hal yang berhubungan dengan komunikasi, konferensi pers, informasi. Public Relations merupakan segenap kegiatan dari teknik yang digunakan organisasi atau individu untuk menciptakan atau memelihara suatu sikap dan tanggapan yang baik dari pihak luar terhadap keberadaan dan aktifitasnya.

Selain itu masih banyak definisi-defenisi Public Relations dari para pakar luar dan dalam negeri yang memang beragam dalam mendefenisikan Public Relations. Hal ini tidak terlepas dari perbedaan latar belakang akademik serta perbedaan defnisi antara pakar komunikasi dengan praktisi Public Relations. Untuk menjembatani perbedaan pengertian Public Relations tersebut, IPRA (*International Public Relations Assosiation*) yakni persatuan para ahli Public Relations dan praktisi *Public Relations* memberikan definisi kerja Public Relations adalah fungsi manajemen yang khas yang mendukung pembinaan dan pemeliharaan jalur bersama antar organisasi dengan publiknya mengenai komunikasi, pengertian dan kerja sama, melibatkan penerangan dan tanggapan dalam hubungan dengan opini publik menetapkan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum

menopang manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai sistem peringatan yang dini dalam membantu kecenderungan dan menggunakan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.

Berdasarkan definisi di atas pengertian Public Relations secara umum adalah fungsi yang khas antara organisasi dengan publiknya, atau dengan kata lain antara lembaga dengan warga di dalam dan warga dari luar.

2.Strategi Komunikasi Public Relations

a. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikianlah pula strategi komunikasi merupakan paduan dan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif. Dengan demikian, strategi komunikasi, baik secara makro (*planned multi-media strategi*) maupun secara mikro (*single communication medium strategi*) mempunyai fungsi ganda (Effendy, 2000 : 300) :

- Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal.
- Menjembatani “*cultural gap*” akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.
- Pengertian Citra Positif
Citra merupakan hal yang sangat penting, citra yang positif akan menguntungkan perusahaan dan citra yang buruk akan merugikan perusahaan dengan demikian citra mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk.

Menurut Kotler (2005 : 338) yang di alih bahasakan oleh Hendra Teguh, dan Ronny adalah : “ Citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya yang di pengaruhi oleh banyak faktor diluar kontrol perusahaan “

Menurut Aaker (2000 : 60) yang di alih bahasakan oleh Aris Ananda adalah “Citra adalah keseluruhan pesan yang di pikirkan dan yang di ketahui oleh seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu hal “

Menurut Sutisna (2001 : 83) adalah : “ Citra adalah total persepsi terhadap suatu obyek, yang di bentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu “.

Citra adalah pencapaian tujuan dari kegiatan PR. Pengertian citra adalah sesuatu yang abstrak (intangible) dan tidak dapat diukur dalam ukuran nominal tertentu. Ibarat angin yang bertiup maka citra mempunyai wujud yang dapat dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk, seperti tanggapan yang positif maupun negatif seperti sinis yang khususnya datang dari publik (mitra kerja) dan masyarakat pada umumnya.

F. Metodologi Penelitian

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kualitatif, dimana data yang diperoleh dengan cara wawancara dan observasi, intisari dokumen sehingga hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah berupa rangkaian kata-kata bukan angka yang biasanya disusun dalam teks kemudian diperluas. Selanjutnya data dianalisis dengan teknik deskriptif yang menggambarkan kenyataan/kejadian apa adanya yang sesuai dengan hasil sebenarnya dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif yaitu menggunakan cara berpikir yang dimulai dari hal-hal yang khusus (fakta empiris) menuju hal-hal yang umum (tataran konsep) seperti yang dikemukakan oleh Kriyantono (2008:1994).

G. Kerangka Konsep

Untuk memperoleh pelaksanaan penelitian serta melakukan deskripsi terhadap permasalahan yang diteliti, maka permasalahan tersebut diterjemahkan dalam kerangka konsep.

Adapun konsep yang akan dijelaskan dalam penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Positif Pemerintah Kabupaten Batu Bara.

Unit Analisis

Penetapan narasumber atau *Key Informan* dalam penelitian ini adalah : pegawai pemerintahan dalam bidang Public Relations yang ada di pemerintahan kota Kabupaten Batu Bara, yaitu Pipit Melinda dan Reni Ramalemma.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Teknik pengumpulan data sekunder (Kepustakaan)
Yaitu dengan cara mengumpulkan data-data dan literature bacaan yang relevan yang mendukung penelitian ini.
2. Teknik pengumpulan data primer (Wawancara Mendalam)
Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara mendalam terhadap narasumber yang bersangkutan dengan hal ini. Kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis.

H. Pembahasan

Penelitian ini menggunakan teknik analisa kualitatif, karena itu bukan hanya menggunakan studi kepustakaan saja, tapi juga melalui wawancara dan observasi. Ketika melakukan penelitian, penulis mewawancarai narasumber yang sekaligus *key informan* untuk mengetahui kegiatan apa saja untuk meningkatkan informasi pelayanan di Pemerintah Kabupaten Batu Bara. Metode penelitian *deskriptif* adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian *deskriptif* mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tatacara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu seperti tentang sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses- proses yang sedang berlangsung dari suatu fenomena

Jawaban yang diperoleh saat wawancara juga beragam tetapi memiliki titik temu yang bisa menghubungkan dengan hasil penelitian ini, jadi hasil observasi, wawancara dan teori dikemukakan beberapa ahli, namun terdapat kesamaan telaah atas fenomena komunikasi terutama pada teori – teori yang membahas tentang Public Relations. Kesamaan tersebut nampak dalam isi yang tercakup didalamnya, yaitu adanya komunikator, komunikan, pesan, media/saluran, umpan balik, efek, dampak serta adanya tujuan dan

terbentuknya pengertian bersama, tidak jauh dari fenomena yang terdapat pada Pemerintah Kabupaten Batu Bara. Keberadaan dari Public Relations di Pemerintah Kota ini bertujuan menyampaikan informasi dan komunikasi sesuai dengan kebutuhan masyarakat, mampu mengembangkan dukungan masyarakat terhadap kebijakan pada masyarakat. Sehingga Public Relations di Pemerintah harus melakukan penyesuaian-penyesuaian peran dan fungsinya dalam menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi, supaya Public Relations Pemerintah mampu membangun Citra Pemerintah yang baik.

Sebagaimana diketahui sebelumnya, *public relations* bertujuan untuk menegaskan dan mengembangkan suatu citra yang menguntungkan (*favorable image*) bagi organisasi atau instansi, atau produk barang dan jasa terhadap *stakeholdernya* (khalayak sasaran yang terkait yaitu publik internal dan publik eksternal). Public Relations merupakan suatu dimensi yang sangat penting yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kekuatan para pegawai dan juga pihak terkait untuk bertahan dalam suatu kerjasama. Kerjasama yang diharapkan juga dapat mengangkat citra positif dari Pemerintah Kabupaten Batu Bara diwaktu sekarang maupun waktu yang akan datang, sering sekali Pemerintah Kabupaten Batu Bara merevisi kembali bentuk kerjasama yang dilakukan dengan pihak – pihak terkait sehingga bila ada kekeliruan Public Relations Pemerintah Kabupaten Batu Bara mampu menanggulangnya.

Tidak ada yang ingin di rugikan dari sebuah kerjasama tetapi tidak menutup kemungkinan kerugian itu terjadi baik kesalahan dari Pemerintah Kabupaten Batu Bara maupun pihak pemakai jasa tetapi dengan adanya kepedulian yang teramat sangat Public Relations Pemerintah Kabupaten Batu Bara kembali mengusahakan agar kerugian yang didiperoleh diminimalisirkan agar dilain waktu pemakai jasa atau instansi lain tidak jera bekerjasama dengan Pemerintah Kabupaten Batu Bara. Ini adalah kiat yang menarik yang dirancang oleh Public Relations Pemerintah Kabupaten Batu Bara, agar siapa saja yang ingin menjadi relasi Pemerintah Kabupaten Batu Bara tidak segan atau tidak ragu- ragu untuk mengembangkan tujuannya bersama Pemerintah Kabupaten Batu Bara. Komitmen yang didasarkan akan kebutuhan rasional. Terbentuk atas dasar untung rugi, dipertimbangkan atas apa, yang harus dikorbankan bila akan menetap pada suatu instansi.

Adapun yang menjadi *Key informan* sebagai Public Relations di pemerintahan kota Kabupaten Batu Bara adalah Bapak Hendrik Tambunan dan Ibu Riza Fitriana. Mereka menyebutkan bahwa strategi yang mereka lakukan untuk meningkatkan citra positif Pemerintah Kabupaten Batu Bara biasanya Dilakukan dengan cara mempublikasikan kegiatan-kegiatan Pak Walikota, baik dalam hal pembangunan, kerjasama dengan wartawan melalui “Suara Idaman Radio” yang biasanya berisikan tentang harapan-harapan maupun masukan terhadap pak Walikota yang terbit setiap sebulan sekali. Disini jelas Public Relations Pemerintah Kabupaten Batu Bara tidak main – main dalam mengupayakan bentuk keberhasilan yang selama ini telah tercipta, masyarakat yang mendapat informasi ini pasti akan merasa dilibatkan didalam kemajuan kotanya.

Masyarakatpun dapat andil didalam perencanaan kota, baik secara fisik dan material, semuanya dikembalikan kemasyarakat agar masyarakat percaya kalau kesuksesan sebuah kota bukan hanya memiliki pelaku yang pintar mengolah pemerintahan saja tetapi memiliki masyarakat yang peduli dengan nasib kotanya itu yang paling diharapkan. Kebijakan - kebijakan yang diambil didalam pemerintahan oleh Pak Walikota adalah sebuah cerminan dari upaya kinerja Public Relations yang selalu ingin memperlihatkan hasil kerja Pemerintah Kabupaten Batu Bara secara Transparan dan akuntabilitas. Begitu juga bila Pemerintahan Kota mengeluarkan Perwal (Peraturan Walikota) di rencanakan secara matang sehingga tidak terjadi pro kontra didalam perencanaanya.

Menurut *Key informan*, peran Public Relations dalam menjaga kerjasama dilingkungan pemerintahan kota Kabupaten Batu Bara sudah sangat baik. Pihak yang diajak kerjasama juga belum pernah menunjukkan sikap ragu-ragu dalam bekerjasama dengan pemerintahan kota Kabupaten Batu Bara, karena pihak tersebut sudah melihat hal-hal positif yang cukup membanggakan atas apa yang dilakukan oleh Public Relations pemerintahan Kota Kabupaten Batu Bara. Adapun strategi yang dilakukan oleh Public Relations pemerintahan kota Kabupaten Batu Bara untuk meyakinkan bahwa pemerintahan kota Kabupaten Batu Bara memiliki keunggulan yang biasa diperhitungkan adalah dengan cara menjaga citra positif pemerintahan kota Kabupaten Batu Bara dan juga memperlihatkan riwayat kerjasama yang

baik dengan institusi lain yang berhasil dan bertahan lama, dengan demikian pihak terkait akan merasa nyaman bekerja sama dengan pemerintahan kota Kabupaten Batu Bara.

Kilas balik dari apa yang sudah pernah dicapai oleh Pemerintah Kabupaten Batu Bara menjadi tolak ukur kesuksesan ketika ada itikad dari instansi lain yang ingin memulai kerjasama dengan Pemerintah Kabupaten Batu Bara, bukan hanya dari Public Relationsnya sendiri tetapi juga karyawan yang solid merupakan asset tersendiri sehingga apa yang diharapkan benar – benar terjadi. Setiap organisasi pasti mengharapkan karyawannya memiliki hubungan baik dan komitmen terhadap institusinya. Tidak ada satu pimpinan institusi manapun yang tidak menginginkan seluruh jajaran anggotanya tidak memiliki kemampuan berinteraksi yang baik. Bahkan sampai sejauh ini Pemerintah Kabupaten Batu Bara sedang berusaha menggiatkan peningkatan anggotanya terhadap organisasi dengan memberdayakan Public Relations yang berkompeten untuk menjalin relasi yang baik pada mekanisme pemerintahan dan relasinya.

Di dalam bekerja sesekali pasti terjadi sebuah konflik baik secara internal maupun eksternal, disini peran Public Relations sangat diharapkan. konflik dapat bersifat fungsional secara positif maupun negatif. Fungsional secara positif apabila konflik tersebut berdampak memperkuat instansi, sebaliknya bersifat negatif apabila bergerak melawan struktur. Dalam kaitannya dengan sistem nilai yang ada dalam masyarakat, konflik bersifat fungsional negatif apabila menyerang suatu nilai inti. Dalam hal konflik antara suatu instansi dengan kelompok lain, konflik dapat bersifat fungsional positif karena akan membantu pemantapan atas-batas struktural dan mempertinggi integrasi dalam Pemerintah Kabupaten Batu Bara. Biasanya Public Relations pemerintahan kota Kabupaten Batu Bara akan segera menyelesaikan konflik tersebut dengan cara proaktif kepada wartawan sampai Public Relations memiliki penyelesaian yang layak untuk dikemukakan, lalu Public Relations akan segera membuat Press Release untuk di publikasikan di media massa, baik elektronik maupun cetak.

Bukanlah sesuatu hal mudah untuk membuat pemetaan terhadap masalah yang terjadi didalam Pemerintahan Kota Kabupaten Batu Bara, setelah semuanya di publikasikan Public Relations. Pemerintah Kabupaten Batu Bara sendiri berusaha memperbaiki kesalahan – kesalahan ini dengan berhati – hati dan

melibatkan siapa saja yang berwenang untuk menanggulangi masalah tersebut. Menjadi Pemerintah yang memiliki kesuksesan dalam mengelola Pemerintahan mungkin saja sudah pernah diecap oleh pemerintahan kota Kabupaten Batu Bara karena sejauh ini pemerintahan kota Kabupaten Batu Bara selalu berjalan pada jalur yang semestinya sehingga apapun kendala yang naninya dihadapi bukanlah halangan untuk berhenti mengemban tugas dalam bidang pelayanan terhadap masyarakat dan instansi pemakai jasa, komitmen organisasi sebagai keinginan kuat untuk tetap sebagai pegawai Pemerintah Kabupaten Batu Bara, keinginan untuk berusaha keras sesuai keinginan Pemerintah Kabupaten Batu Bara, keyakinan dan penerimaan nilai dan tujuan dalam instansi. Dengan kata lain, ini merupakan sikap yang merefleksikan loyalitas karyawan dan proses berkelanjutan dimana pegawai mengekspresikan perhatiannya terhadap Pemerintah Kabupaten Batu Bara, dan keberhasilan serta kemajuan yang berkelanjutan. Dibalik keunggulan, kegagalan juga pernah menyertai Public Relations pemerintahan kota Kabupaten Batu Bara yaitu dalam hal publikasi di masyarakat tentang arti adanya Public Relations untuk pemko Kabupaten Batu Bara, tapi untuk mengembalikan kepercayaan tersebut Public Relations pemerintahan kota Kabupaten Batu Bara bersikap pro aktif kepada wartawan agar senantiasa membantu menyebarluaskan pernyataan positif tentang Public Relations Pemerintah Kabupaten Batu Bara.

Tidak hanya itu sering sekali masyarakat walaupun sudah beredarnya pernyataan melalui media tetap saja tidak selalu tepat sasaran karena tidak semua masyarakat di wilayah Pemerintahan Kota Kabupaten Batu Bara bisa diajak berfikir logis dan kritis, bahkan terkadang Pemerintah Kabupaten Batu Bara pernah mendapat beberapa surat yang memprotes kinerja yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Batu Bara dalam tahun – tahun terakhir ini memang Pemerintahan kota Kabupaten Batu Bara juga tidak menutup diri untuk menerima kritik dan masukan yang membangun dari setiap khalayak masyarakat, karena apapun yang disarankan masyarakat merupakan upaya dari Pemerintah Kota Kabupaten Batu Bara untuk bebenah kearah pemerintahan yang baik, seimbang, berstruktur dan memiliki hubungan baik dimata semua relasi serta memiliki kepercayaan tinggi dalam bekerjasama.

‘Lihat juga masukannya seperti apa, jika memang menguntungkan dan bernilai positif pasti akan kami terima, tetapi bila kritik dan masukan tidak mempengaruhi citra Public Relations pemko Kabupaten Batu Bara tetap akan kami terima dan akan kami pertimbangkan’ demikian Ibu Riza menyatakan.

Ini terlihat jelas bahwa Public Relations Pemerintah Kabupaten Batu Bara selalu melihat hal – hal yang kecil dari setiap masukan yang ada, terkadang walaupun ide tersebut belum bisa dipakai diwaktu dekat bisa jadi dapat dia pakai diwaktu yang akan datang ketika program – program lain dijalankan. Public Relations Pemerintah Kabupaten Batu Bara juga sengaja membuka temu ramah untuk memberitahu kepada masyarakat, awak media dan instansi yang telah bekerjasama atau yang akan bekerjasama, sejauh mana kinerja Pemerintah Kabupaten Batu Bara dalam enam bulan terakhir ini. Tidak ada seorangpun yang tidak tertarik melihat suatu hal yang menarik, itu merupakan hal lumrah dalam kehidupan nyata. Begitu pulalah dengan Public Relations pemerintahan Kota Kabupaten Batu Bara, selalu ingin meraih simpati dan ingin selalu memiliki daya tarik serta citra yang positif dari institusi yang terkait. Untuk melengkapi hal ini, Public Relations pemerintahan kota Kabupaten Batu Bara harus sangat selektif dan cerdas dalam menunjukkan kepantasannya dalam bekerja. Bapak Hendrik menyebutkan sangat menyetujui usaha-usaha yang telah dilakukan Public Relations pemerintahan kota Kabupaten Batu Bara, hal ini dapat dilihat dari salah satu penghargaan yang di dapat ketika suksesnya HUT kota Kabupaten Batu Bara hingga menjadi berita menarik di Sumatera Utara mengenai “enaknya ikan lele”. Suksesnya acara ini juga tak lepas dari kerjasama dengan pihak terkait seperti pebisnis kuliner, LSM, Media cetak ataupun elektronik, serta pengusaha-pengusaha yang mendukung hingga acara tersebut berakhir dengan sukses.

Dari sini jelas Pemerintah Kabupaten Batu Bara memanjakan masyarakatnya bukan hanya mencari simpati untuk perorangan tetapi yang duduk di jajaran pemerintahanpun menikmati hasil dari kepiawaian Public Relations Pemerintah Kabupaten Batu Bara dalam ide – ide unik tetapi tetap berkualitas untuk menyegarkan kondisi pemerintah yang selama ini memiliki image tidak pro masyarakat.

Pemerintah Kabupaten Batu Bara sendiri telah berikrar bahwa pelayan terhadap masyarakat merupakan sebuah wujud dari

kesuksesan Pemerintah dalam mengemban tugas yang diberikan guna mengangkat martabat yang terkadang sering sekali dipersepsikan buruk oleh sebagian masyarakat, Public Relations berusaha bersikap profesional dalam membantu Pemerintah kota Kabupaten Batu Bara untuk menyebarkan apa yang menjadi pokok bahasan dari Public Relations sendiri sehingga menjadi sebuah keterikatan ketika tugas yang diemban oleh Public Relations tidak berjalan dengan baik.

Komitmen Public Relations Pemerintah Kabupaten Batu Bara merupakan dasar psikologis yang mempunyai harapan Instansi bahwa pegawai akan menerima sistem kewenangan. Keputusan untuk masuk ke jajaran berarti menerima peraturan-peraturan dasar yang menjadi wewenang Pemerintah Kabupaten Batu Bara, karena tugas ini tidak mudah kemampuan Public Relations adalah kemampuan untuk menjalin dan mempertahankan hubungan dalam jangka waktu yang lama, jadi harus serius untuk mempertahankan kinerja dimana seorang Public Relations menjadi tiang dari hubungan – hubungan yang dilakukan secara internal maupun eksternal. Terkadang masalah timbul pada hubungan antara perusahaan dengan publiknya, Public Relations layaknya memiliki kemampuan komunikasi yang baik dan mampu menjadi pihak yang netral ketika sebuah permasalahan itu terjadi. Kemampuan komunikasi ini harus dikembangkan terus menerus, karena apabila komunikasi itu dilaksanakan secara efektif dan produktif artinya akan membentuk pribadi yang semakin matang, dewasa, dan akan membentuk citra yang positif di hadapan orang lain. Namun, apabila kita tidak memiliki kemampuan atau berpotensi untuk berkomunikasi dengan masyarakat atau relasi, akan muncu atau terjadi kemacetan dalam komunikasi.

Itu tugas yang sangat berat tetapi Public Relations Pemerintah Kota Kabupaten Batu Bara harus mampu bertahan dengan kondisi ini, sehingga walaupun kesan yang diberikan kepada Pemerintah Kabupaten Batu Bara tidak naik setidaknya pandangan masyarakat tidak menurun melihat citra di kalangan pemerintahan kota Kabupaten Batu Bara. Berarti bahwa tidak ada aktifitas tanpa ada komunikasi secara langsung maupun tidak langsung, verbal maupun non verbal dengan bentuk apapun, karena dengan komunikasi kita bisa menciptakan persamaan pengertian mengenai informasi, ide, pemikiran, dan sikap kita terhadap rang lain, sehingga menumbuhkan terciptanya persamaan mengenai pesan tertentu sehingga mendapatkan suatu

pengertian. Dalam proses komunikasi ada komponen-komponen yang terlibat diantaranya sumber, pesan, saluran, dan komunikasi. Bahwa saat ini perkembangan komunikasi tidak memungkinkan lagi bagi kita untuk menutup-nutupi suatu fakta.

Pemerintahan Kota Kabupaten Batu Bara mulai berusaha membenahi diri untuk waktu yang panjang sehingga siapapun nanti Public Relations yang menduduki bidang tersebut tinggal meneruskan tanpa merombak habis system kinerja yang sudah lama dibangun, dan upaya ini menjadi pegangan untuk pemerintahan kota Kabupaten Batu Bara dimasa yang akan datang, jadi budaya peningkatan kapasitas dan pencitraan tidak melenceng dari apa yang diharapkan.

Tingginya kebutuhan sumber daya manusia (SDM) dalam Tingginya kebutuhan sumber daya manusia (SDM) dalam Instansi maupun Pemerintah Kabupaten Batu Bara membuat harus memikirkan bagaimana Pemerintah Kabupaten Batu Bara dapat mempertahankan pegawai agar tetap bertahan solid di dalam Pemerintah Kabupaten Batu Bara teknisi komunikasi untuk organisasinya. Seorang Public Relations diharuskan memahami keahlian komunikasi dan jurnalistik karena ia akan ditugaskan untuk menulis *news release*, mengembangkan isi web, menangani kontak media, dan juga berhubungan dengan banyak publik di instansinya, hal ini untuk membantu membangun dan memelihara komunikasi bersama, pengertian, dukungan, dan kerjasama antara organisasi dan publik, membantu untuk mengetahui dan merespon opini publik, menjelaskan dan menekankan tanggung jawab untuk melayani minat publik, membantu untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif

Begitu jugalah dengan instansi terkait menjadi contoh instansi – instansi lainnya dalam mempromosikan hasil kerjasama dengan pemerintahan kota Kabupaten Batu Bara, dengan keberhasilan yang diperoleh sebuah instansi menandakan kerjasama berjalan dengan lancar.

Jadi semua yang diharapkan saling mendukung baik di pihak pemakai jasa, pemerintahan kota Kabupaten Batu Bara dan masyarakat yang merasakan manfaat hasil dari kerjasama tersebut. Intinya baik secara teoritis dan prakteknya Public Relations sangatlah berperan dalam perencanaan, kerjasama, mengangkat martabat kota dan menjaga stabilitas dengan pihak – pihak terkait, sejauh ini hal yang

telah dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Batu Bara bisa dijadikan contoh untuk pemerintah kota lain.

Apapun yang di usahakan oleh Public Relations Pemerintah Kabupaten Batu Bara semata

– mata adalah sebagai cara menyeimbangkan antara keberhasilan dari pemerintah dan juga Instansi yang terkait baik secara klasik maupun secara *social networking* tetapi tetap memahami siapa *audience* dan seperti apa figure instansi terkait yang menjadi target dari pencitraan yang diperoleh merupakan pendekatan yang sangat strategis dengan menggunakan konsep-konsep komunikasi yang menyeluruh.

Public Relations yang baik seharusnya mampu untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu badan atau organisasi dengan masyarakat melalui suatu proses timbale balik atau dua arah. Hubungan yang harmonis ini timbul dari adanya *mutual-understanding*, *mutual-confidence* dan *image* yang baik. Ini semua merupakan langkah yang ditempuh oleh Public Relations untuk mencapai hubungan yang harmonis, karena Hums sering menghadapi suatu permasalahan yang berkaitan dengan orang lain dan menangani hubungan yang sensitif. Hubungan antara pemerintah dengan publiknya terjadi karena keduanya memiliki kepentingan yang saling terkait.

I.Kesimpulan

- Strategi yang dilakukan oleh Public Relations pemerintahan kota Kabupaten Batu Bara untuk meyakinkan bahwa pemerintahan kota Kabupaten Batu Bara memiliki keunggulan yang biasa diperhitungkan adalah dengan cara menjaga citra positif pemerintahan kota Kabupaten Batu Bara dan juga memperlihatkan riwayat kerjasama yang baik dengan institusi lain yang berhasil dan bertahan lama, dengan demikian pihak terkait akan merasa nyaman bekerja sama dengan pemerintahan kota Kabupaten Batu Bara.
- Seorang Public Relations diharuskan memahami keahlian komunikasi dan jurnalistik karena ia akan ditugaskan untuk menulis *news release*, mengembangkan isi web, menangani kontak media, dan juga berhubungan dengan banyak publik di instansinya, hal ini untuk membantu membangun dan memelihara komunikasi\ bersama, pengertian, dukungan, dan kerjasama antara organisasi dan publik, membantu untuk mengetahui dan merespon

opini publik, menjelaskan dan menekankan tanggung jawab untuk melayani minat publik, membantu untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Erdinaya, Lukiati Komala. 2005. *Hubungan Masyarakat, Suatu Studi Komunikologi*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT Citra
- Cangara, Hafield. 1998. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- _____. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 1992. *Hubungan masyarakat suatu studi komunikologis. Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Jilid 1 : PT. INDEKS Kelompok Gramedia.
- Kasali, Rhenald. 2005. *Manajemen Public Relations*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana. Prenada Media Group.
- Liliweri, Alo. 2004. *Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Marhaeni, Fajar. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktik*. Edisi Pertama 2009. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.