STRATEGI HUMAS DAERAH PEMERINTAH KOTA CIMAHI DALAM MEMPROMOSIKAN BATIK CIAWITALI SEBAGAI BATIK KHAS KOTA CIMAHI MELALUI ACARA *BEAUTY OF CIMAHI CRAFT*

(Studi Deskriptif Tentang Strategi Humas Daerah Pemerintah Kota Cimahi Dalam Mempromosikan Batik Ciawitali)

SKRIPSI

Oleh :
MUHAMMAD ASEP RIDWAN
NIM. 41810733

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI HUMAS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2 0 1 5

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Humas Daerah Pemerintahan Kota Cimahi Dalam Mempromosikan Batik Ciawitali. Sub fokus dari penelitian ini yaitu **Strategi Humas**, **Perencanaan**, dan **Manajemen.**

Metode Penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan 2 cara, yaitu pengumpulan data melalui penelitian lapangan wawancara, observasi, dokumentasi dan penelitian kepustakaan atau data yang di peroleh dari sumber lain, seperti buku, literatur, ataupun catatan-catatan perkuliahan dan saat praktek kerja lapangan.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Strategi Humas memiliki perencanaan dan manajemen yang baik. Strategi Perencanaan yang dilakukan humas dengan adanya perencanaan komunikator dan perencanaan media. perencanaan komunikator baik itu dari sikap, keahlian, daya tarik yang digunakan, pendekatan, serta cara penyampaian kepada masyarakat. perencanaan media yang dilakukan humas mulai dari penyusunan jadwal yang menunjukkan waktu dan ruang untuk mencapai tujuan. Strategi Manajemen humas yang dilakukan yaitu agar sesuai dengan maka dibutuhkan adanya pegawai, bahan, mesin, metode, anggaran dan pemasaran. Sehingga acara *Beauty of Cimahi Craft* dalam mempromosikan batik Ciawitali sebagai batik khas Kota Cimahi yang dilakukan oleh bagian Humas berhasil membuat masyarakat yang datang dapat mengetahui, memakai dan mencintainya.

Kesimpulan berdasarkan hasil penelitian bahwa humas pemerintah Kota Cimahi memiliki strategi sangat baik dalam perencanaan dan manajemen. dalam organisasi pemerintah maupun kepada masyarakat. semua fungsi manajemen takkan berjalan tanpa adanya sarana dan prasarana sehingga humas dapat menyampaikan berbagai informasi publik yang memang wajib diketahui publik kepada masyarakat melalui acara atau media yang tepat serta menjalankan peran kehumasannya dengan baik.

Saran untuk Pemerintah Kota Cimahi agar mempromosikan acara ini menggunakan media massa secara intensif agar masyarakat bisa mengetahuinya jauh-jauh hari.

Kata Kunci: Strategi Humas, Perencanaan, Manajemen, Promosi

ABSTRACT

This research aims *to find out Descriptive research about The design and Management of Public Relation of Cimahi City Government in Promote the Batik Ciawitali. Sub focus of this research that* ***Strategic Public Relation, Design, and Management.***

Research method *is qualitative descriptive methodology. The data collection categorized in two—data collection by using of field research including interview, observation, documentation, and literature as well as obtained in other resources such as book, literature, or dictates and field practice.*

The results *of research shows that having public relations strategy planning and good management .Planning strategy done public relations with the planning a communicator and planning media . Planning good communicators of attitude , expertise , allure used , the approach , and the manner of delivery to the community . Media planning done public relations from the preparation of the schedule shows the time and space to reach a goal .Public relations management strategies that do is to conform to it takes the employees , material , a machine , the method , and marketing budget .So that the beauty of cimahi craft in promoting batik ciawitali as batik typical city cimahi done by the public relations succeeded in making people who come to know , wear and love.*

Conclusions *based on result of research that Cimahi government has a very important role both for internal and external, especially in order to deliver a range of public information that is required publicly known to the public through media channels or appropriate events and public relation role as well.*

Suggestions *for Cimahi government in order to promote events intensively use mass media so that the public can know ahead of time.*

Keywords*: Strategic Public Relation, Design, Management, Promotion*

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam bahasa Sunda, nama Cimahi berarti air yang cukup. Kota Cimahi terletak di antara Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat. Kota Cimahi mendapat julukan sebagai "Kota Tentara" karena di Kota ini banyak pusat pendidikan untuk tentara. Salah satu kerajinan yang berasal dari Cimahi adalah batik. Batik Cimahi termasuk jenis batik baru di Indonesia ini, para seniman batik Cimahi terus berkreasi dan mengembangkan motif batik khas Cimahi. Terbentuk pertengahan

tahun 2008 dan diperkenalkan pertengahan tahun 2009 bertepatan dengan hari ulang tahun Kota Cimahi yang ke-8.

Ide untuk mengembangkan batik Cimahi dimulai karena keprihatinan beberapa seniman Cimahi yang peduli terhadap perkembangan budaya tradisional di Kota Cimahi. Batik Kota Cimahi tumbuh atas prakarsa Bapak Drs. Adang Kosasih (alm) dan Ibu Itoch Tochiya dari Dekranasda.

Batik Cimahi pertama kali dibuat melalui suatu kompetisi yang diadakan oleh Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) Kota Cimahi yang diketuai oleh Ny. Atty Suharti Tochija. Kompetisi ini sendiri merupakan hasil sarasehan yang diikuti oleh tokoh masyarakat, seniman, pengusaha, dan unsur Dekranasda Kota Cimahi lainnya. Dengan adanya kompetisi ini, identitas Kota Cimahi pun akan terangkat melalui hasil kreativitas masyarakatnya sendiri. Dalam kompetisi ini, ada sekiranya delapan puluh motif yang diterima oleh panitia, namun tidak semua motif ini cocok untuk dijadikan motif kain batik Cimahi. Setelah melalui satu seleksi yang cukup ketat, akhirnya terpilihlah lima motif batik yang dinilai paling sesuai dan cocok untuk dijadikan motif batik Cimahi. Kelima motif itu adalah motif Ciawitali, Cirendeu, Curug Cimahi, Pusdik, dan Kujang.

Indonesia merupakan negara yang terkenal dengan batik sebagai pakaian warisan budaya bangsa. Batik di Indonesia beraneka ragam sesuai dengan kebudayaan daerah setempat. Diantara sekian banyak ragam batik di Indonesia salah satunya adalah batik Ciawitali. Batik Ciawitali merupakan batik khas Kota Cimahi, yang berasal dari daerah Ciawitali yang bertempat di kampung Ciawitali Cimahi Tengah – Jawa Barat. Motif ini dipilih karena kampung Ciawitali menjadi daya tarik khas dari Kota Cimahi. Ciawitali merupakan perkampungan di daerah Cimahi Tengah yang banyak ditumbuhi tanaman bambu, tanaman bambu inilah yang dijadikan motif pada batik, warna batik ini adalah kuning keemasan dan dipadukan dengan warna coklat, terdapat motif bambu dan daun pada batik ini, letak geografis kampung Ciawitali ini sebelah utara berbatasan dengan Jalan Encep Kartawira, sebelah barat berbatasan dengan Jalan Kolonel Masturi, sebelah timur berbatasan dengan Jalan Cihanjuang, sedangkan di sebelah Selatan berbatasan langsung dengan Jalan Raya Cimahi.

Batik merupakan salah satu hasil karya rakyat bangsa Indonesia yang sampai saat ini membuat dunia terkagum-kagum dan terpesona karena keunikan ragam dan motifnya. Zaman dahulu batik identik dengan kerajaan yang ada di Nusantara ini. Sesuai dengan perkembangan zaman, batik menjadi busana modern yang eksotis dengan motif yang unik dan beragam sehingga dapat diterima masyarakat Indonesia dan mancanegara. Yang menjadi daya tarik batik adalah proses pembuatannya yang rumit dan keindahan seni lukisnya. Nilai dan keindahan seni dan filosofi batik sebagai adi karya tak tergeser oleh alat modernisasi teknologi. Akar tradisi membatik menjadi daya tarik tersendiri bagi kelestarian batik. Pengembangan teknologi mesin tidak mampu menghilangkan keunikan dan keutamaan nilai-nilai yang dimiliki batik. Kecintaan serta penghargaan yang tinggi dari generasi penerus tradisi batik akan

menjadi bingkai kokoh, yang akan melestarikan batik sebagai karya bangsa Indonesia bahkan daerah sekalipun.

Contoh batik dari daerah atau berdasarkan jenisnya yang populer antara lain adalah Batik Kraton awal mula dari semua jenis batik yang berkembang di Indonesia. Motifnya mengandung makna filosofi hidup. Batik-batik ini dibuat oleh para putri dikraton dan juga pembatik-pembatik ahli yang hidup di lingkungan kraton. Pada dasarnya motifnya terlarang untuk digunakan oleh orang "biasa" seperti motif Parang Barong, Parang Rusa. Pada masa penjajahan Jepang di pesisir Utara Jawa lahir ragam batik tulis yang disebut batik Hokokai. Motif dominan adalah bunga seperti bunga sakura dan krisan. Hampir semua batik Jawa Hokokai memakai latar belakang (isen-isen) yang sangat detail seperti motif parang dan kawung di bagian tengah dan tepiannya masih diisi lagi, misalnya motif bunga dan padi. Disamping itu batik dengan motif lainnya yang beragam dan dikenal adalah batik trusmi dan mega mendung dengan motif awan di daerah Cirebon, batik khas Pekalongan, batik dengan motif sasaringan khas daerah Kalimantan dan batik khas Bali yang sudah populer dan dikenal di Indonesia.

Dari beragamnya jenis batik yang sudah populer diatas, batik Ciawitali merupakan batik khas Kota Cimahi masih terbilang baru karena Kota Cimahi pertama kali meluncurkan batiknya pada tahun 2009 sehingga keberadaannya belum banyak dikenal atau diketahui masyarakat luas. Dengan diciptakannya batik yang identik dengan pola batang tanaman bambu, batik ini mengukuhkan eksistensinya sebagai salah satu dari beragamnya seni batik yang dikenal di Indonesia.

Dengan adanya batik Cimahi ini berarti kebudayaan daerah di Jawa Barat bertambah dan harus memiliki perencanaan serta manajemen yang baik. Sehingga masyarakat daerah ataupun luar daerah dapat mengetahui, memakai dan mencintai batik Cimahi. juga berpengaruh terhadap komoditas ekonomi bagi masyarakat dan pemerintahan Kota Cimahi. Oleh karena itu Strategi Humas Cimahi harus dapat berperan aktif dalam mempromosikan batik Cimahi kepada seluruh masyarakat agar dapat di kenal dan dijadikan sebagai kebudayaan daerah yang baru. Sejalan dengan rencana tersebut, Humas dalam hal ini memiliki peranan yang sangat penting karena kegiatan dan Strategi publikasi yang dilakukan oleh Humas, dapat membantu Pemerintahan Kota Cimahi dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat Cimahi mengenai program pemerintah tersebut.

Menurut Onong Uchana Effendy strategi adalah:

> "Perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi dalam komunikasi harus dapat menunjukan bagaimana oprasionalnya secara teknis 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 berupa pesan yang disampaikan melalui berbagai media yang dapat secara efektif diterima" (Effendy, 2003:32).

mengatakan bahwa arti strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana, sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan, yang pada akhirnya perencanaan adalah suatu fungsi dasar dari proses manajemen. Strategi yakni proses penentuan "Apa dan bagaimana" yang digunakan dalam perencanaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Berdasarkan pola strategi *public relations* tersebut, maka menurut Ahmad, batasan pengertian tentang strategi *public relations adalah:* "Alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan *public relations* dalam kerangka suatu rencana *public relations* (*public relations plan*)".

Strategi sebagai rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. (Glueck , WF & Jauch LR. 1994. *Manajemen strategis dan kebijakan perusahaan*.)

Sedangkan Fungsi Humas menurut Cultip & Center and Canfield dalam buku Rosady Ruslan, "*Manajemen PR dan Media Komunikasi*", fungsi Humas adalah :

1. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajeman organisasi).
2. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
3. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, perserpsi, dan tanggapan masyarakat terhadap organiasasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
4. Melayani keinginan publik dan memberikan sumbangan saran kepada pemimpin organisasi demi tujuan dan manfaat bersama.

Bagian Humas institusi pemerintah dibentuk untuk mempublikasikan atau mempromosikan rencana, memberi informasi secara teratur tentang kebijakan, rencana-rencana dan hasil kerja institusi serta memberi pengertian kepada masyarakat tentang segala sesuatu yang berpengaruh terhadap lingkungan masyarakat.

Selain itu, dapat memelihara kepercayaan publik terhadap suatu organisasi atau pemerintahan, dan juga merupakan jembatan antara pemerintah dengan perusahaan dengan pihak internal dan pihak eksternal.

Sehingga Humas Pemerintahan Kota Cimahi perlu mempromosikan batik Cimahi kepada masyarakat luas, Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, apabila konsumen belum pernah mendengarkannya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Perencanaan Komunikasi dan Manajemen Komunikasi Humas Pemerintahan Kota Cimahi dalam memperkenalkan batik Ciawitali ini adalah untuk mempromosikan batik Ciawitali kepada masyarakat luas terutama masyarakat Cimahi untuk 3M yaitu mengetahui, memakai, dan mencintai batik oleh karena itu Cimahi mempromosikannya melalui Acara *Beauty of Cimahi Craft* yaitu kegiatan tahunan sekaligus memperingati Dirgahayu dalam mempromosikan keunikan batik Ciawitali juga berbagai penghasilan dari kota Cimahi dalam Acara tersebut ada Lomba desain Busana Batik Remaja, *Fashion Show Batik*, Pameran Produk kerajinan warga Kota

Cimahi, Festival kaulinan barudak dan senam bersama. Pemkot Cimahi berkerja sama dengan pihak-pihak terkait institusi seperti Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian, Perdagangan dan Pertanian (Diskopindagtan), Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda), Humas dan prtotokol menggelar acara *Beauty of Cimahi Craft* di Gedung *Cimahi Conventional Hall.* Tujuan utama dari acara ini adalah meningkatkan kreativitas untuk mengundang wisatawan datang ke Kota Cimahi. Karena itu, kegiatan pengenalan kerajinan tangan dan budaya khas Cimahi harus dikemas menarik agar menjadi event yang masuk dalam agenda wisata tahunan.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Pertanyaan Makro

Mengacu pada permasalahan tersebut, penulis bermaksud mengeksplorasi dan menganalisis lebih jauh tentang

”**Strategi Humas Daerah Pemerintahan Kota Cimahi Dalam Mempromosikan Batik Ciawitali Sebagai Batik Khas Kota Cimahi Melalui Acara *Beauty of Cimahi Craft*”.**

1.2.2 Pertanyaan Mikro

Pada penelitian ini, peneliti merinci secara jelas dan tegas dari focus pada rumusan masalah yang masih bersifat umum dengan subfokus-subfokus, yakni :

1. Bagaimana **Perencanaan** Komunikasi Humas Daerah Pemerintahan Kota Cimahi Dalam mempromosikan Batik Ciawitali Sebagai Batik Khas Kota Cimahi Melalui Acara *Beauty of Cimahi Craft*?
2. Bagaimana **Manajemen** Humas Daerah Pemerintahan Kota Cimahi Dalam Mempromosikan Batik Ciawitali Sebagai Batik Khas Kota Cimahi Melalui Acara *Beauty of Cimahi Craft*?

Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Berdasarkan studi pustaka, peneliti menemukan beberapa referensi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan peneliti. Studi penelitian terdahulu sangat penting sebagai bahan acuan yang membantu peneliti dalam merumuskan asumsi dasar untuk mengembangkan “Strategi Humas Pemerintahan Kota Cimahi Dalam Mempromosikan Batik Ciawitali Sebagai Batik Khas Kota Cimahi Melalui Acara *Beauty of Cimahi Craft*”.

Pada Penelitian ini, peneliti melihat tinjauan penelitian sebelumnya mengenai pembahasan strategi humas yang sudah ada, Peneliti dapat melihat dan mencarinya dalam bentuk pelusuran data *online* (*Internet*), dan membaca

keterangannya diabstrak. Berikut judul penelitian sebelumnya yang mengangkat tentang strategi humas.

BAB III
METODE PENELITIAN

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menggunakan berbagai metode untuk menunjang pengumpulan data–data lembaga untuk dijadikan acuan penulis untuk membangun system informasi yang dapat langsung diaplikasikan di dalam lembaga, berikut ini adalah metode–metode yang dilakukan:

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Dalam definisi yang dikemukakan Bogdan dan Taylor (1975:5) seperti yang dikutip dalam buku Lexy J Moleong bahwasannya :

> "Pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistic (utuh). Dalam hal ini tidak boleh mengisolasikan individu atau organisasi kedalam variabel atau hipotesis tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan. (Moleong, 2007 : 4)

Menurut definisi yang dikemukakan oleh Sugiyono bahwasannya metode penelitian Kualitatif adalah :

> "Metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* dari pada *generalisasi*". (Sugiyono, 2014 :1)

Definisi mengenai penelitian deskriptif seperti yang dijelaskan oleh Sukmadinata dimana :

> "Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya". (Sukmadinata, 2006:72)

Dalam melakukan suatu penelitian sangat diperlukan perencanaan dan perancangan dalam penelitian, agar penelitian dapat berjalan dengan lancar, baik dan

sistematis. Menurut Jonathan Sarwono pengertian desain penelitian memiliki pengertian sebagai berikut:

> "Desain penelitian bagaikan sebuah peta jalan bagi peneliti yang menuntun serta menentukan arah berlangsungnya proses penelitian secara benar dan tepat sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan." (Sarwono, 2006:79)

Berdasarkan definisi diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa desain penelitian merupakan rencana dan struktur penyelidikan terhadap pengumpulan data sehingga dapat menjawab pertanyaan dalam penelitian.

Dalam melakukan penelitian diperlukan melakukan perancangan dan perencanaan. Maka langkah-langkah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan judul yang akan diteliti, sehingga dapat diketahui apa yang akan diteliti dan menjadi masalah dalam penelitian. Dalam penelitian ini penulis mengambil judul Strategi Humas Daerah Pemerintah Kota Cimahi Dalam Mempromosikan Batik Ciawitali Sebagai Batik Khas Kota Cimahi Melalui Acara *Beauty of Cimahi Craft*.
2. Menetapkan masalah-masalah yang akan dianalisis terhadap suatu kehidupan masyarakat. Dalam penelitian ini menjadi rumusan masalah adalah sebagai berikut:
   a. Perencanaan
   b. Manajemen
3. Memberi definisi terhadap pengukuran fokus. Penelitian ini hanya terdapat satu fokus yaitu Strategi Humas.
4. Memilih teknik pengumpulan data.
5. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan 2 cara, yaitu pengumpulan data melalui penelitian lapangan seperti wawancara, observasi, dokumentasi dan penelitian kepustakaan atau data yang di peroleh dari sumber lain, seperti buku, literatur, ataupun catatan-catatan perkuliahan dan PKL.

3.2 Informan Penelitian

Pemilihan informan-informan pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, sebagaimana maksud yang disampaikan oleh Rachmat Kriyantoro dalam buku Teknik Praktis Riset Komunikasi, adalah:

> "Persoalan utama dalam teknik *purposive sampling* dalam menentukan kriteria, dimana kriteria harus mendukung tujuan penelitian. Beberapa riset kualitatif sering menggunakan teknik ini dalam penelitian observasi eksploratoris atau wawancara mendalam. Biasanya teknik ini dipilih untuk penelitian yang lebih mengutamakan kedalaman data dari pada untuk tujuan representatif yang dapat digeneralisasikan" (Kriyantoro, 2007:154-155).

Dalam penelitian ini yang menjadi informan penelitian adalah orang-orang pilihan peneliti yang dianggap terbaik dalam memberikan informasi yang dibutuhkan kepada peneliti. Para informan penelitian tersebut adalah Kepala Bagian Humas dan Protokol, Kepala Sub Bagian Humas, Fungsional Umum Pemerintah Kota Cimahi

Table 3.1
Informan Utama

NO	Nama	Jabatan
1.	Setia Kusbaran, S.E.	Kepala Bagian Humas dan Protokol
2.	Faisal, S.Sos.	Kepala Sub Bagian Humas
3.	Fenty Megawati	Fungsional Umum

Sumber : Peneliti, 2015

Selain informan kunci yang merupakan Kepala Bagian Humas dan Protokol, Kepala Sub Bagian Humas, Fungsional Umum Pemerintah Kota Cimahi, terdapat pula informan pendukung yaitu salah satu masyarakat yang datang pada acara *Beauty of Cimahi Craft*.

Tabel 3.2
Informan Pendukung

No.	Nama	Usia	Pfofesi
1.	Annisa Qonita Auliyalloh	17	Pelajar
2.	Ryan Rachman Syahputra	23	Mahasiswa

Sumber : Peneliti, 2015

Peneliti memilih kedua informan Pendukung tersebut karena mereka adalah sebagai Pelajar dan salah satu masyarakat Cimahi yang ikut berpatisipasi dalam acara *Beauty of Cimahi Craft.*

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Studi Pustaka

Menurut J.Supranto dalam buku Rosadi Ruslan, mengemukakan:

> "Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan materi data atau informasi melalui jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan" (Ruslan, 2003:31)

Dalam studi Pustaka, Peneliti melakukan teknik pengumpulan data dengan menggunakan sumber-sumber dari:

- Buku/referensi sebagai penunjang penelitian, dengan melengkapi dan mencari data-data yang dibutuhkan dari literature referensi, makalah dan yang lainnya. Sehingga peneliti memperoleh data-data yang tertulis melalui telaah bacaan yang ada kaitannya dengan masalah penelitian.
- Dokumen-dokumen dari beberapa sumber yang terkait dengan penelitian. Dokumen dapat berupa gambar, tulisan, atau karya karya.
- Karya ilmiah merupakan karya tulis yang berisi suatu pembahasan ilmiah yang dilakukan oleh seorang peneliti. Peneliti mendapatkan berbagai data yang dinginkan untuk melengkapi penelitian yang diingkan.
- Peneliti menggunakan sumber online sebagai data pendukung untuk kebutuhan informasi penelitian ini, baik dengan menggunakan jasa "search engine" seperti: google, yahoo, dan blog karena didalam situs ini banyak informasi-informasi yang dibutuhkan untuk kepentingan penelitian ini.

3.3.2 Studi Lapangan

A. Observasi

Observasi Nasution (1988) menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan . para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. (Sugiyono,2012:64).

Observasi dapat digolongkan menjadi empat, yaitu partisipasi pasif, partisipasi moderat, observasi yang terus terang dan tersamar, dan observasi yang lengkap. (Sugiyono,2012:65).

Observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah observasi Partisipasi pasif jadi dalam hal ini peneliti datang di tempat acara *Beauty of Cimahi Craft* tetapi peneliti tidak terlibat dalam kegiatan tersebut (Sugiyono,2012:66)

B. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara peneliti dan informan, seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu obyek. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memeroleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara ini merupakan salah satu metode pengumpulan data pada penelitian kualitatif.

Pada penelitian kualitatif, wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam.

Aspek dalam wawancara pada penelitian kualitatif adalah :

- Wawancara dilaksanakan oleh peneliti berdasarkan pada apa yang diungkapkan oleh partisipan dalam wawancara.
- Wawancara bersifat lebih personal daripada kuisioner. Wawancara membutuhkan kedekatan yang lebih mendalam antara peneliti dan partisipan yang diwawancarai.
- Peneliti bekerja langsung dan berhadapan dengan partisipan.
- Peneliti memiliki kesempatan untuk menelusuri lebih jauh suatu topik dengan mengajukan pertanyaan tambahan. Wawancara sering memberikan berbagai data yang mendalam dan menarik diluar perkiraan awal peneliti.
- Wawancara biasanya lebih mudah bagi partisipan daripada mengisi kuisioner survey, terutama jika yang ditanyakan adalah opini dan persepsi pribadi.
- Wawancara memakan banyak waktu dan sumber daya lainnya. Keterbatasan waktu dan sumber daya harus diperhitungkan dengan baik dalam perencanaan.Wawancara tidak akan mencapai atau menyamai jangkauan kuisioner survey.
- Peneliti sebagai pewawancara adalah instrumen penelitian.peneliti harus mampu menyesuaikan diri dengan segala kemungkinan munculnya kondisi menyimpang atau berbeda dari rencana awal (contingency). (Blaikie 2000; Gillham 2000; Kahn & Cannell 1957).

3.4 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi beberapa pengujian. Peneliti menggunakan Uji Kredibilitas Data atau uji kepercayaan terhadap hasil penelitian. Uji keabsahan data ini diperlukan untuk menentukan valid atau tidaknya suatu temuan atau data yang dilaporkan peneliti dengan apa yang terjadi sesungguhnya di lapangan. Cara pengujian kredibilitas data atau kepercayaan terhadap hasil penelitian menurut Sugiyono dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan membercheck. (Sugiyono, 2010:121): 1). Perpanjangan pengamatan. Peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru. (Sugiyono, 2010:122). 2). Triangulasi. Pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi,

dokumentasi, atau kuesioner. Triangulasi waktu dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. (Sugiyono, 2010 :127). 3). Member Check. Proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan member check adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Sehingga informasi yang diperoleh dan akan digunakan dalam penulisan laporan sesuai dengan apa yang dimaksud sumber data atau informan (dalam Sugiyono, 2010:122-129)

3.5 Teknik Analisa Data

Teknik analisa data menjelaskan tahapan-tahapan peneliti dalam proses analisis data kualitatif.

Menurut Bodgan & Biklen bahwa:

> "Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memmutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Bodgan dan Biklen dalam Moleong, 2005:248)

Sementara itu, Patton berpendapat bahwa:

> "Analisa data adalah proses mengatur data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Inilah yang membedakannya dengan penafsiran, yaitu memberikan arti signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan di antara dimensi-dimensi uraian". (Moleong, 2010:280)

Tahap-tahap dalam analisa data yang umum dilakukan dalam penelitian kualitatif, yaitu:

a. *Data Reduction* (reduksi data), yaitu data yang diperoleh dilapangan diketik dalam bentuk laporan atau uraian yang rinci. Laporan-laporan yang telah disusun perlu direduksi, dirangkum, dipilih dan difokuskan pada hal-hal pokok.
b. *Data Display* (penyajian data), yaitu membuat berbagai macam matrik, grafik, *network*, dan sebagainya dari tumpukan data yang telah diperoleh agar dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu, dari data yang diperoleh sehingga peneliti dapat menguasai data dan dapat mengambil kesimpulan yang tepat.
c. *Conclusion Verification* (penarikan kesimpulan), yaitu mencari arti, mencatat keteraturan makna, pola-pola, penjelasan konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, proposisi, alur sebab, sehingga makna-makna yang muncul selama penelitian dilakukan dari data yang diperoleh harus diuji kebenarannya, kekokohannya, kecocokannya yang merupakan validasinya.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Bab IV ini, peneliti akan menguraikan hasil penelitian dilapangan dan kemudian dibahas untuk mencapai suatu kesimpulan. Data-data yang diperoleh tersebut berdasarkan permasalahan-permasalahan yang telah dirumuskan pada BAB I, yaitu Strategi Humas Pemerintah Kota Cimahi Dalam Mempromosikan Batik Ciawitali Sebagai Batik Khas Kota Cimahi Melalui Acara *Beauty of Cimahi Craft* (Studi Deskriptif Tentang Strategi Humas Pemerintah Kota Cimahi Dalam Mempromosikan Batik Ciawitali).

Dalam penelitian ini peneliti memiliki informan kunci dan informan pendukung, informan kuncinya adalah Kepala Humas dan Protokol, Kepala Sub Humas dan Bagian Fungsional Humas untuk memperjelas serta memperkuat data yang diperoleh dilapangan, Siswi dan Mahasiswa Kota Cimahi yang berpartisipasi melalui Acara *Beauty of Cimahi Craft* sebagai informan pendukung pemilihan informan tersebut menggunakan teknik *purposive sampling*.

BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dari bab sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi Perencanaan Komunikasi Humas Pemerintah Kota Cimahi melalui acara *Beauty of Cimahi Craft* salah satunya adalah dalam penyampaian informasi (pesan) oleh komunikator kepada komunikan terutama menyangkut pada perencanaan komunikator, perencanaan pesan, dan perencanaan media. Perencanaan Komunikator yaitu tindakan-tindakan yang dilakukan humas pemerintah daerah dengan *public speaking* memberikan informasi mengenai tujuan acara dan memberitahukan batik khas Kota Cimahi, perencanaan pesan yaitu dengan menyusun pesan secara sistematis mulai dari pembukaan, pengenalan diri, ucapan terimakasih kepada para undangan dan masyarakat Cimahi, kemudian pengenalan batik khas Kota Cimahi. Perencanaan media yaitu dengan menggunakan beberapa alat elektronik berupa laptop, *Infocus, laser pointer* dilengkapi audio visual animasi sejarah Kota Cimahi, Sejarah batik Cimahi, permainan-permainan pembuatan batik dan juga banyaknya hadiah atau bingkisan yang diberikan berupa kupon gratis makanan jajanan Cimahi, kupon diskon belanja baju batik Cimahi, dan bingkisan kain batik Cimahi kebanyakan motif bambu Ciawitali karena motif tersebut motif terpopuler. Jadi Humas sebagai komunikator memiliki peranan yang sangat penting dalam menjalin

sebuah komunikasi baik itu dari sikap, daya tarik yang digunakan, keahlian profesi, pendekatan, serta cara penyampaian dari humas tersebut kepada masyarakat.

2. Strategi Manajemen Komunikasi Humas Strategi Manajemen Komunikasi Humas Pemerintah Kota Cimahi yang dilakukan melalui acara *Beauty of Cimahi Craft*, Manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, dan pengelolaan staf, kepemimpinan dan pengawasan dalam organisasi yang dilakukan secara sistematis guna mencapai tujuan tertentu. Fungsi manajemen yang dilakukan humas pemerintah Kota Cimahi mulai dari perencanaan yang dilakukan dengan prakiraan (rencana) kegiatan yang dilakukan untuk acara *Beauty of Cimahi Craft* dalam mempromosikan batik Cimahi, pengorganisasian pembagian tugas-tugas kepada bagian divisi humas dan protokol, semua bagian fungsional dan pihak-pihak yang akan terlibat dalam kegiatan tersebut sesuai dengan kompetensi SDM yang dimiliki. dengan demikian dapat dikatakan bahwa kegiatan *Beauty of Cimahi Craft* merupakan keseluruhan proses memilih orang-orang serta mengalokasikannya sarana dan prasarana untuk menunjang tugas-tugas dalam organisasi. Bagian Humas Pemerintah Kota Cimahi berusaha untuk menjembatani antar pihak, baik eksternal maupun internal agar visi, misi, dan tujuan yang dimaksud tercapai dan terintegrasi dengan baik Bila terjadi konflik, kepala humas mencoba memeriksa alasan-alasan timbulnya perbedaan dan mencari penyebab utamanya. Humas mampu menunjukkan kebutuhan akan saling mempercayai dan saling menghargai di angkan koordinasi yakni suatu aktivitas membawa orang-orang yang terlibat organisasi ke dalam suasana kerjasama yang harmonis. proses pengawasan sebagai bagian dari pengendalian yang dilakukan humas pemerintah Kota Cimahi akan mencatat perkembangan organisasi kearah tujuan yang diharapkan dan memungkinkan pemimpin mendeteksi penyimpangan dari perencanaan tepat pada waktunya untuk mengambil tindakan korektif sebelum terlambat. Melalui pengawasan yang efektif, terhadap aktivitas organisasi, maka upaya pengendalian mutu dapat dilaksanakan dengan lebih baik. Dengan adanya pengawasan humas pemerintah Kota Cimahi dapat mengetahui sejauh mana program acara *Beauty of Cimahi Craft* telah dilaksanakan, mengetahui adanya penyimpangan, mengetahui apakah waktu dan sumber daya mencukup, dapat mengetahui sebab-sebab terjadinya penyimpangan, dan dapat mengetahui bagian fungsional mana yang perlu diberikan penghargaan/promosi.

Humas pemerintah Kota Cimahi memiliki strategi yang sangat baik dalam perencanaan dan manajemen. dalam organisasi pemerintah maupun kepada masyarakat semua fungsi manajemen takkan berjalan tanpa adanya sarana dan prasarana sehingga humas dapat menyampaikan berbagai informasi publik yang memang wajib diketahui publik kepada masyarakat melalui acara atau media yang tepat serta menjalankan peran kehumasannya dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, Elvinaro. 2011. *Handbook of Public Relations.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Arief Effendi,Muh. 2009. *The Power Of Good Governance : Teori dan* Implementasi.Jakarta: Penerbit Salemba Empat

Effendy, Onong Uchjana, 2003, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti

Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Human Relations Dan Public Relations*.Bandung:Mandar Maju

Eka, Desayu, dkk. 2015. *Pedoman Penulisan Skripsi dan Pelaksanaan Sidang.* Bandung: Fisip Unikom.

Iriantara, Yosal. 2004. *Manajemen Strategis Public Relations.* Jakarta: Ghalia Indonesia.

Kasali, Rhenald. 2000. *Manajemen Public Relations*. Jakarta : PT. Temprint.

Kasali, Rhenald. 2005. *Manajemen Public Relations.* Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Meleong, Lexy J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Ruslan, Rosady, 2007. *Manajemen PR dan Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*, Jakarta: PT Raja Grasindo Persada.

Ruslan, Rosady, 2010, Manajemen *Public Relations* dan Media Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

Sigit, Suhardi 2007. *Marketing Praktis*. Cetakan Pertama. Yogyakarta:Penerbit Liberty.

Somad Rismi, Donni JP. 2014. *Manajemen Komunikasi.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuntitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

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

Jefkins, Frank, 2004. *Public Relations.* Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, 2000, *Manajemen pemasaran: Analisis Perencanaan.* Jakarta: PT.Prenhalindo.

Studi Literatur

Anak Agung Ayu Ambarawati, 2011, Evaluasi Strategi Promosi Dinas Pariwisata Provinsi Bali Dalam Event Pesta Kesenian Bali Untuk Menarik Wisatawan Mancanegara. Yogyakarta . Universitas Pembangunan Nasional ”Veteran”

Dewi Sartika, 2010, Strategi Promosi Event Organizer Khawani-ka Indonesia Dalam Mempromosikan Acara “reinKLAnasi” Bandung Reinviting Love Di Harris Hotel & Convention

Yudha Adi Purnama,2010, Strategi Komunikasi *World Wide Found For Nature”*-Bandung. Universitas Komputer Indonesia

Internet Searching

Pemerintah Kota Cimahi, Diakses pada tanggal 23 Juni 2015 pukul 20.45 melalui http://cimahikota.go.id/

Admin Cimahi, Diakses pada tanggal 23 Juni 2015 pukul 20.45 melalui https://www.youtube.com/channel/UCVfICHeM9y_PqzyUhFTQXBA

Beauty of Cimahi Craft Diakses pada tanggal 20 Juli pukul 15.30 melalui www. diskopindagtan.cimahikota.go.id

Uniform, Diakses pada tanggal 23 Maret 2015 pukul 22.45 melalui http://puribatik-sekarputri.com/uniform/