BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 Aktivitas Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Praktek Kerja Lapangan dilakukan di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Jawa Barat yang beralamat di Jalan Tamansari No.55 Bandung, Telp (022) 2502898, Fax (022) 2511505. Di mulai dari tanggal 9 Juli 2012 sampai dengan 31 Juli 2012.

Pada saat melaksanakan kegiatan kerja praktek di Dinas Komunikasi dan Informatika, penulis di tempatkan di bagian Sarana komunikasi dan Diseminasi Informasi Diskominfo Jawa Barat. Di awal pertemuan dengan pembimbing kerja praktek di Dinas Komunikasi dan Informatika, pembimbing menjelaskan kepada penulis hal – hal apa saja yang harus di taati dan dikerjakan selama mengikuti kerja praktek.

Adapun kegiatan praktek kerja lapangan selama di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Jawa Barat terbagi ke dalam dua jenis kegiatan kerja, yaitu kegiatan rutin dan insidental. Kegiatan rutin seperti mentoring mengenai hal – hal berkaitan dengan keterbukaan informasi publik, sedangkan kegiatan insidental berupa penelitian mengenai efektifitas salah satu program sosialisasi dari Diskominfo. Kegiatan – kegiatan tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.1 :

Tabel 2.1

Jadwal Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

No	Hari / Tanggal	Kegiatan	Keterangan	
			Rutin	Insidental
1	Senin / 9 Juli 2012	– Apel Pagi – Pengenalan Pembimbing PKL		√ √
2	Selasa / 10 Juli 2012	– Perkenalan Pembimbing PKL – Sambutan Pembimbing PKL – Pengenalan DISKOMINFO		√ √ √
3	Rabu / 11 Juli 2012	– Penempatan tempat PKL – Pengenalan Divisi SKDI – Mentoring	√	√ √
4	Kamis / 12 Juli 2012	– Mentoring Mengenai Keterbukaan Informasi Publik (mempelajari isi UU No. 14 Tahun 2008 Pasal 1 sampai dengan Pasal 4)	√	
5	Jumat / 13 Juli 2012	– Mentoring (Studi media komunikasi untuk program – program DISKOMINFO)	√	
6	Sabtu / 14 Juli 2012	LIBUR	–	–
7	Minggu / 15 Juli 2012	LIBUR	–	–
8	Senin / 16 Juli 2012	– Studi Program DISKOMINFO melalui media komunikasi (Phamflet)	√	
9	Selasa / 17 Juli 2012	– Sambutan Kepala Bidang SKDI – Studi Media Komunikasi (Megatron)	√	√
10	Rabu / 18 Juli 2012	– Rapat penentuan penelitian – Pembagian Kelompok		√ √

11	Kamis / 19 Juli 2012	– Rapat kelompok penelitian – Penentun judul penelitian		√ √
12	Jumat / 20 Juli 2012	– Pengajuan & persetujuan penelitian (efektivitas sosialisasi program INSAN Diskominfo)		√
13	Sabtu / 21 Juli 2012	LIBUR	–	–
14	Minggu / 22 Juli 2012	LIBUR	–	–
15	Senin / 23 Juli 2012	– Penyusunan Latar Belakang Masalah Penelitian		√
16	Selasa / 24 Juli 2012	– Studi mengenai sosialiasi, efektivitas dan media komunikasi	√	
17	Rabu / 25 Juli 2012	– Penentuan metode penelitian – Pengumpulan data penelitian		√ √
18	Kamis / 26 Juli 2012	– Wawancara responden – Analisis data wawancara		√ √
19	Jumat / 27 Juli 2012	– Pengolahan data penelitian – Revisi laporan penelitian		√ √
20	Sabtu / 28 Juli 2012	LIBUR	–	–
21	Minggu / 29 Juli 2012	LIBUR	–	–
22	Senin / 30 Juli 2012	– Penyerahan laporan penelitian – Presentasi		√ √

23	Selasa / 31 Juli 2012	– Mentoring hasil pelaksanaan PKL dari pembimbing		√

Sumber : Catatan penulis, 2012

2.1.1 Kegiatan Praktek Kerja Lapangan Secara Rutin

Adapun kegiatan praktek kerja lapangan secara rutin di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Jabar adalah sebagai berikut :

1. Mentoring

Kegiatan mentoring dalam pelaksanaan praktek kerja lapangan disini merupakan kegiatan dimana pembimbing memberikan suatu arahan tentang hal – hal yang perlu diketahui, tentunya hal – hal tersebut yang berkaitan dengan pekerjaan di kantor dan berkaitan dengan ilmu komunikasi. Pembimbing memberikan instruksi mengenai hal – hal yang perlu diketahui, kemudian mahasiswa/i yang melakukan PKL mempelajari hal – hal tersebut, lalu jika perlu biasanya dilakukan diskusi bersama.

a. Mempelajari isi UU No. 14 Tahun 2008 Pasal 1 - Pasal 4

Pada hari ke-empat pelaksanaan praktek kerja lapangan, pembimbing menginstruksikan kepada mahasiswa PKL untuk mempelajari isi UU No. 14 Tahun 2008 Pasal 1 - Pasal 4 mengenai keterbukaan informasi publik, yang berisi sebagai berikut :

1. Pasal 1 :

1. Informasi adalah keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan, baik data, fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan

teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik ataupun nonelektronik.

2. Informasi Publik adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan Negara dan/atau penyelenggara dan penyelenggaraan badan publik lainnya yang sesuai dengan Undang-Undang ini serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik.
3. Badan Publik adalah lembaga eksekutif, legislatif, yudikatif, dan badan lain yang fungsi dan tugas pokoknya berkaitan dengan penyelenggaraan negara, yang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan/atauAnggaran Pendapatan dan Belanja Daerah, atau organisasi nonpemerintah sepanjang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan/atauAnggaran Pendapatan dan Belanja Daerah, sumbangan masyarakat, dan/atau luar negeri.
4. Komisi Informasi adalah lembaga mandiri yang berfungsi menjalankan Undang-Undang ini dan peraturan pelaksanaannya, menetapkan petunjuk teknis standar layanan informasi publik dan menyelesaikan sengketa informasi publik melalui mediasi dan/atau ajudikasi nonlitigasi.
5. Sengketa Informasi Publik adalah sengketa yang terjadi antara badan publik dan pengguna informasi publik yang berkaitandengan hak

memperoleh dan menggunakan informasi berdasarkan perundang-undangan.

6. Mediasi adalah penyelesaian sengketa informasi publik antara para pihak melalui bantuan mediator komisi informasi.
7. Ajudikasi adalah proses penyelesaian sengketa informasi public antara para pihak yang diputus oleh komisi informasi.
8. Pejabat Publik adalah orang yang ditunjuk dan diberi tugas untuk menduduki posisi atau jabatan tertentu pada badan publik.
9. Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi adalah pejabat yang bertanggung jawab di bidang penyimpanan, pendokumentasian, penyediaan, dan/atau pelayanan informasi di badan publik.
10. Orang adalah orang perseorangan, kelompok orang, badan hukum, atau badan publik sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
11. Pengguna Informasi Publik adalah orang yang menggunakan informasi publik sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
12. Pemohon Informasi Publik adalah warga negara dan/atau badan hukum Indonesia yang mengajukan permintaan informasi public sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2. Pasal 2 :

1. Setiap Informasi Publik bersifat terbuka dan dapat diakses oleh setiap Pengguna Informasi Publik.
2. Informasi Publik yang dikecualikan bersifat ketat dan terbatas.

3. Setiap Informasi Publik harus dapat diperoleh setiap Pemohon Informasi Publik dengan cepat dan tepat waktu, biaya ringan, dan cara sederhana.
4. Informasi Publik yang dikecualikan bersifat rahasia sesuai dengan Undang-Undang, kepatutan, dan kepentingan umum didasarkan pada pengujian tentang konsekuensi yang timbul apabila suatu informasi diberikan kepada masyarakat serta setelah dipertimbangkan dengan saksama bahwa menutup Informasi Publik dapat melindungi kepentingan yang lebih besar daripada membukanya atau sebaliknya.

3. Pasal 3 :

1. Menjamin hak warga negara untuk mengetahui rencana pembuatan kebijakan publik, program kebijakan publik, dan proses pengambilan keputusan publik, serta alasan pengambilan suatu keputusan publik.
2. Mendorong partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan kebijakan publik.
3. Meningkatkan peran aktif masyarakat dalam pengambilan kebijakan publik dan pengelolaan Badan Publik yang baik.
4. Mewujudkan penyelenggaraan negara yang baik, yaitu yang transparan, efektif dan efisien, akuntabel serta dapat dipertanggung jawabkan.
5. Mengetahui alasan kebijakan publik yang mempengaruhi hajat hidup orang banyak.
6. Mengembangkan ilmu pengetahuan dan mencerdaskan kehidupan bangsa dan meningkatkan pengelolaan dan pelayanan informasi di

lingkungan Badan Publik untuk menghasilkan layanan informasi yang berkualitas.

4. Pasal 4 :

1. Setiap Orang berhak memperoleh Informasi Publik sesuai dengan ketentuan Undang-Undang ini.
2. Setiap Orang berhak :
   a. Melihat dan mengetahui Informasi Publik;
   b. Menghadiri pertemuan publik yang terbuka untuk umum untuk memperoleh Informasi Publik;
   c. Mendapatkan salinan Informasi Publik melalui permohonan sesuai dengan Undang-Undang ini;
   d. Menyebarluaskan Informasi Publik sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
3. Setiap Pemohon Informasi Publik berhak mengajukan permintaan Informasi Publik disertai alasan permintaan tersebut.
4. Setiap Pemohon Informasi Publik berhak mengajukan gugatan ke pengadilan apabila dalam memperoleh Informasi Publik mendapat hambatan atau kegagalan sesuai dengan ketentuan Undang-Undang ini.

b. Mentoring Mengenai Keterbukaan Informasi Publik

Mentoring yang pertama dilakukan adalah mengenai keterbukaan informasi. Tidak semua bagian humas diberbagai lembaga dapat memberikan pelayanan mengenai keterbukaan informasi khususnya keterbukaan informasi publik secara baik kepada masyarakat. Pada kenyataannya di setiap dinas-dinas masih belum mengetahui akan adanya Undang-Undang Keterbukaan Informasi

Publik (UU KIP) yang seharusnya dipahami agar dapat melayani masyarakat atau publik secara baik.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik berisi :

a. Bahwa informasi merupakan kebutuhan pokok setiap orang bagi pengembangan pribadi dan lingkungan sosialnya serta merupakan bagian penting bagi ketahanan nasional.
b. Bahwa hak memperoleh informasi merupakan hak asasi manusia dan keterbukaan informasi publik merupakan salah satu ciri penting negara demokratis yang menjunjung tinggi kedaulatan rakyat untuk mewujudkan penyelenggaraan yang baik.
c. Bahwa keterbukaan informasi publik merupakan sarana dalam mengoptimalkan pengawasan publik terhadap penyelenggaraan negara dan badan publik lainnya dan segala sesuatu yang berakibat pada kepentingan publik.
d. Bahwa pengelolaan informasi publik merupakan salah satu upaya untuk mengembangkan masyarakat informasi.
e. Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, huruf c, dan huruf d, perlu membentuk Undang-Undang tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Dengan disahkannya Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik ini akan membawa nuansa perubahan yang sangat besar dalam tatanan kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara yang diharapkan dapat mendorong

percepatan terwujudnya tata kelola Pemerintahan yang baik (*Good Governance*), transparansi, akuntabilitas menuju tercapainya masyarakat yang sejahtera.

Partisipasi dari berbagai komponen sangat diperlukan mulai dari perubahan *mindset* para pengelola badan-badan publik pemerintah maupun masyarakat sampai kepada penyediaan sarana prasarana yang dapat mendukung terlaksananya pelayanan informasi publik dengan baik.

Berlakunya Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP) ini tentunya memerlukan kegiatan sosialisasi untuk memberikan pemahaman yang utuh terhadap substansi Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik yang diharapkan seluruh badan publik dapat memahami dan melaksanakan amanat yang terkandung dalam Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik. Karena masyarakat akan mengawasi kegiatan yang dilakukan oleh Pemerintah. Suatu organisasi apapun bentuknya dan bidang kegiatannya akan melibatkan komunikasi dalam penyebaran informasi. Hal ini tidak bisa dipungkiri lagi sebab telah banyak bukti yang menunjukan pentingnya komunikasi dalam menunjang keberhasilan.

Gambar 2.1

Mentoring dan Diskusi Keterbukaan Informasi Publik



Sumber : Dokumentasi penulis, 2012.

2. Studi Media Komunikasi

Mempelajari media komunikasi merupakan salah satu hal penting sebagai humas, dengan memahami media komunikasi, diharapkan tujuan sebuah organisasi dapat tercapai dengan baik. Di dalam studi media komunikasi yang dilakukan di kantor ini, sebagai mahasiswa/i secara teori kita telah mendapatkannya dari kampus, ini merupaka kesemapatan untuk memahami bagaimana penerapannya dalam dunia kerja.

Secara sederahana media komunikasi adalah perantara dalam penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk efisiensi penyebaran informasi atau pesan tersebut. Sedangkan fungsi media komunikasi yang berteknologi tinggi adalah sebagai berikut (Burgon & Huffner, 2002) :

1. Efisiensi penyebaran informasi : dengan adanya media komunikasi yang berteknologi tinggi akan membuat penyebaran informasi lebih efisien. Efisiensi yang dimaksudkan di sini adalah penghematan dalam biaya, tenaga, pemikiran dan waktu.
2. Memperkuat eksistensi informasi : dengan adanya media komunikasi yang berteknologi tinggi, kita dapat membuat informasi atau pesan lebih kuat berkesan terhadap audience atau komunikan.
3. Mendidik, mengarahkan, persusasi : dengan adanya media komunikasi yang berteknologi tinggi dapat lebih menarik audience. Sebagaimana dalam komunikasi persuasi, hal yang menarik tentunya mempermudah komunikator dalam mempersuasi, mendidik, dan mengarahkan karena adanya efek emosi positif.

4. Menghibur : media komunikasi yang berteknologi tinggi tentunya lebih menyenangkan (bagi yang familiar) dan dapat memberikan hiburan tersendiri bagi audience. Bahkan jika komunikasi itu bersifat hi-tech maka nilai jualnyapun akan semakin tinggi.
5. Kontrol sosial : media komunikasi yang berteknologi tinggi akan lebih mempunyai fungsi pengawasan terhadap kebijakan sosial. Seperti misalnya informasi yang disampaikan melalui televisi dan internet akan lebih mempunyai kontrol sosial terhadap kebijakan pemerintah sehingga pemerintah menjadi cepat tanggap terhadap kebijakan tersebut.

Media komunikasi untuk program – program yang dilaksanakan oleh DISKOMINFO, meliputi hampir seluruh media komunikasi yang ada termasuk media massa (elektonik dan cetak) juga media internet. Media rakyat pun juga digunakan sebagai sarana penyampaian pesan program – program DISKOMINFO.

Program – program DISKOMINFO yang menggunakan media komunikasi (*Phamflet*) adalah program tentang pemilu, program dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan bahaya narkoba, program dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan bahaya asap rokok, program internet sehat dan aman, dan lain – lain.

Selain menggunakan media cetak dan media elektronik yang biasa kita jumpai, DISKOMINFO dalam mensosialisasikan program – program pemerintah juga menggunakan media komunikasi berupa megatron. Megatron adalah billboard yang sudah menggunakan tampilan elektronik dengan gambar

yang bergerak maka, tapi jika gambar tersebut sumbernya video namanya videotron.

Gambar 2. 2

Studi Kepustakaan Mengenai

Media Komunikasi Untuk Program DISKOMINFO



Sumber : Dokumentasi penulis, 2012.

2.1.1 Kegiatan Praktek Kerja Lapangan Secara Insidental

Adapun kegiatan praktek kerja lapangan secara insidental di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Jabar adalah sebagai berikut :

1. Penelitian

Sifat penelitian (riset) dewasa ini berarti pencarian teori, pengujian teori atau pemecahan masalah. Ini berarti bahwa masalah itu telah ada dan telah diketahui bahwa pemecahan masalah tersebut sangat diperlukan. Masalah itu

bukanlah suatu hal yang biasa dalam arti bahwa pemecahannya bisa didapatkan langsung (Sevilla, et al.1993:2).

Penelitian yang dipakai dalam pekerjaan *Public Relations* terdapatdua tahapan, yakni tahapan pertama yaitu sebelumnya membuat perencanaan suatu Riset membantu untuk mengetahui situasi saat ini, sikap – sikap umum dan kendala – kendala pelaksanaan program. Setelah itu, penelitian menguji keberhasilan program *Public Relations.*

Bentuk – bentuk penelitian yang biasanya dilakukan oleh seorang *Public Relations* diantaranya ada penelitian terapan, penelitian strategis, penelitian evaluatif serta penelitian teoritikal. Bentuk penelitian yang dilakukan dalam praktek kerja lapangan ini adalah penelitian evaluatif. Penelitian evaluatif kadang – kadang sering disebut *summative research* (penelitian sumatif), dilakukan terutama untuk melihat apakah suatu program *Public Relations* mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditentukan.

Dalam kegiatan penelitian yang dilakukan dalam praktek kerja lapangan ini, penelitian yang dilakukan penulis adalah penelitian tahap akhir (mengevaluasi efektivitas suatu program). Penelitian yang dilaksanakan yaitu evaluasi yang berkaitan dengan program DISKMOMINFO itu sendiri, yakni mengenai efektivitas sosialisasi program internet sehat dan aman (INSAN) melalui media komunikasi (megatron) di kalangan penghuni kosan di Sekeloa Bandung.

Adapun langkah – langkah dalam pelaksanaan penelitian mengenai efektivitas sosialisasi program internet sehat dan aman (INSAN) melalui

media komunikasi (megatron) di kalangan penghuni kosan di Sekeloa Bandung, yaitu :

a. Pertama penulis bersama rekan – rekan satu kelompok penelitian menyusun latar belakang masalah penelitian. Latar belakang dalam penelitian ini berbentuk deduktif dimana pemaparan permasalahan disampaikan dari hal – hal yang bersifat umum ke khusus. Adapun penyusunan latar belakang masalah yang penulis buat sebagai berikut :

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang

Komunikasi berperan menjembatani perbedaan dalam masyarakat karena mampu merekatkan kembali sistem sosial masyarakat dalam usahanya melakukan perubahan. Namun begitu, komunikasi juga tak akan lepas dari konteks sosialnya. Artinya ia akan diwarnai oleh sikap, perilaku, pola, norma, pranata masyarakatnya. Jadi keduanya saling mempengaruhi dan saling melengkapi, seperti halnya hubungan antara manusia dengan masyarakat. Little john (1999), menjelaskan hal ini dalam genre interactionist theories. Dalam teori ini, dijelaskan bahwa memahami kehidupan sosial sebagai proses interaksi. Komunikasi (interaksi) merupakan sarana kita belajar berperilaku. Komunikasi merupakan perekat masyarakat. Masyarakat tidak akan ada tanpa komunikasi.

Struktur sosial-struktur sosial diciptakan dan ditopang melalui interaksi. Bahasa yang dipakai dalam komunikasi adalah untuk menciptakan struktur-struktur sosial.

Komunikasi dalam kehidupan manusia terus mengalami perkembangan. Jika pada awal penemuan teknologi komunikasi kehidupan sehari-hari telah dimediasi dengan telepon, dan pesan-pesan singkat, kini komunikasi diperluas dalam bentuk yang tidak hanya mengandalkan media elektronik maupun media cetak yang hanya itu-itu saja. Media cetak kini hadir dalam berbagai bentuk, tidak berupa surat kabar ataupun majalah saja. Tetapi, ada poster, pamphlet, leaflet, brosur, dan lain - lain. Media elektronikpun kini tidak hanya televisi dan radio, namun ada media baru (internet) serta megatron. Hal ini sejalan pula dengan perkembangan teknologi komunikasi, yang ditulis oleh Cangara dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi yang menyebutkan bahwa, kecakapan manusia dalam berkomunikasi dengan alat cetak-mencetak berlangsung kira-kira 500 tahun, kemudian manusia tampil berkomunikasi melalui getaran-getaran elektronik. (Cangara: 2002:8)

Sejalan dengan meningkatnya kebutuhan akan informasi dan komunikasi maka pemerintah membentuk Kementrian Komunikasi dan Informatika yang bertugas menyelenggarakan urusan di bidang komunikasi dan informatika dalam pemerintahan untuk membantu dalam menyelenggarakan pemerintahan negara.

Sedangkan untuk di provinsi di bentuk dinas komunikasi dan informatika, misalnya Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Barat yang bertugas pokok melaksanakan sebagian urusan pemerintahan daerah berdasarkan azas otonomi dan tugas perbantuan di bidang Komunikasi dan Informatika.

Selain mempunyai tugas pokok Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat juga mempunyai fungsi sebagai berikut, di antaranya : perumusan kebijakan pelaksanan dan kebijakan teknis di bidang komunikasi dan informatika yang meliputi : pengembangan komunikasi dan informatika; informasi publik; diseminasi informasi dan pemberdayaan telematik, serta fungsi – fungsi lainnya.

Setiap lembaga atau instansi tentu ingin berhasil mencapai tujuannya, keberhasilan tersebut tidak dapat dicapai hanya berdasarkan kemampuan yang ada pada lembaga itu saja. Di samping itu perlu adanya pengertian, penerimaan, dan keikutsertaan publiknya. Sedangkan kegiatan – kegiatan yang biasanya dilakukan oleh seorang PR (PR eksternal), diantaranya adalah *Press relations*, Pelatihan atau Sosialisasi, Penerimaan Kunjungan, *Media visit* dan Pameran.

Adanya unit kehumasan pada setiap instansi pemerintah merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka penyebaran tentang aktivitas instansi tersebut baik ke dalam maupun ke luar. Petugas humas hendaknya memiliki sikap pelayanan yang terbuka pada khalayak.

Mengingat masalah yang dihadapi sebagai bagian utama dari suatu lembaga atau instansi maka petugas humas seyogyanya memiliki keterampilan dan kemampuan yang memadai di bidang komunikasi dan mediasi serta memiliki kepekaan dan rasa proporsi yang baik, dalam menghadapi persoalan di lingkungan, baik *intern* publik maupun *ekstern* publik. Namun pada kenyataannya suatu instansi atau lembaga belum tentu mempunyai unit kehumasan,

walaupun begitu kegiatan kehumasan dapat dilakukan oleh humas yang tidak terlembagakan.

Tidak semua bagian humas diberbagai lembaga dapat memberikan pelayanan mengenai keterbukaan informasi khususnya keterbukaan informasi publik secara baik kepada masyarakat. Pada kenyataannya di setiap dinas-dinas masih belum mengetahui akan adanya Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP) yang seharusnya dipahami agar dapat melayani masyarakat atau publik secara baik.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik berisi :

a. Bahwa informasi merupakan kebutuhan pokok setiap orang bagi pengembangan pribadi dan lingkungan sosialnya serta merupakan bagian penting bagi ketahanan nasional.
b. Bahwa hak memperoleh informasi merupakan hak asasi manusia dan keterbukaan informasi publik merupakan salah

satu ciri penting negara demokratis yang menjunjung tinggi kedaulatan rakyat untuk mewujudkan penyelenggaraan yang baik.

c. Bahwa keterbukaan informasi publik merupakan sarana dalam mengoptimalkan pengawasan publik terhadap penyelenggaraan negara dan badan publik lainnya dan segala sesuatu yang berakibat pada kepentingan publik.

d. Bahwa pengelolaan informasi publik merupakan salah satu upaya untuk mengembangkan masyarakat informasi.

e. Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, huruf c, dan huruf d, perlu membentuk Undang-Undang tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Dengan disahkannya Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik ini akan membawa nuansa perubahan yang sangat besar dalam tatanan kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara yang diharapkan dapat mendorong percepatan terwujudnya tata kelola Pemerintahan yang baik (*Good Governance*), transparansi, akuntabilitas menuju tercapainya masyarakat yang sejahtera. Partisipasi dari berbagai komponen sangat diperlukan mulai dari perubahan *mindset* para pengelola badan-badan publik pemerintah maupun masyarakat sampai kepada penyediaan sarana prasarana yang dapat mendukung terlaksananya pelayanan informasi publik dengan baik.

Berlakunya Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP) ini tentunya memerlukan kegiatan sosialisasi untuk

memberikan pemahaman yang utuh terhadap substansi Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik yang diharapkan seluruh badan publik dapat memahami dan melaksanakan amanat yang terkandung dalam Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik. Karena masyarakat akan mengawasi kegiatan yang dilakukan oleh Pemerintah.

Suatu organisasi apapun bentuknya dan bidang kegiatannya akan melibatkan komunikasi dalam penyebaran informasi. Hal ini tidak bisa dipungkiri lagi sebab telah banyak bukti yang menunjukan pentingnya komunikasi dalam menunjang keberhasilan.

Begitu juga dengan Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Pemerintah Kota Bandung yang melakukan kegiatan *eksternal* dalam bentuk menyebarkan informasi kepada perwakilan tiap-tiap dinas untuk menerapkan pemahaman akan adanya informasi yang harus dipahami secara seksama berupa kegiatan pelatihan mengenai Sosialisasi Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) sebagai pembekalan informasi bagi dinas yang melayani publik.

Dalam pengembangan komunikasi dan informatika serta dalam penyampaian berbagai informasi kepada publik, tentunya Diskominfo menggunakan berbagai media komunikasi, baik media cetak maupun media elektronik.

Salah satu program pemerintah yang disosialisasikan oleh Diskominfo, di antaranya Program Internet Sehat dan Aman (INSAN). Internet Sehat Aman (INSAN) adalah program nasional yang dimotori oleh Tim Sosialisasi INSAN yang ditujukan untuk mensosialisasikan penggunaan internet secara sehat & aman ke berbagai kalangan sehingga internet dapat memberi manfaat dan nilai tambah.

b. Kemudian disusul dengan penentuan metode penelitian. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif.

Gambar 2.3

Pengumpulan Data Media Komunikasi (Megatron)



Sumber : Dokumentasi penulis, 2012.

c. Setelah metode ditentukan kemudian, langkah selanjutnya adalah mengumpulkan data – data yang diperlukan dalam penelitian, misalnya : data – data mengenai posisi, jam tayang, serta durasi program DISKOMINFO yang ditayangkan pada megatron di Bandung.

d. Dengan tersedianya data – data mengenai sosialisasi program DISKOMINFO melalui megatron, penulis bersama rekan – rekan satu kelompok penelitian melakukan pengumpulan data, menetukan jumlah sampel serta mewawancarai responden. Setelah data terkumpul, kemudian dilakukan analisis data serta menyiapkan penyusunan laporan.

Gambar 2. 4

Proses Analisis Data & Pengolahan Data



Sumber : Dokumentasi penulis, 2012.

e. Setelah laporan penelitian siap, laporan diserahkan kepada pembimbing praktek kerja lapangan, kemudian laporan direvisi, setelah revisi diterima laporan penelitian tersebut dipertanggung jawabkan oleh penulis bersama rekan – rekan satu kelompok penelitian dengan presentasi.

2. Presentasi

Setelah menyusun penelitian mengenai sosialisasi program DISKOMINFO melalui megatron ketika penulis beserta rekan – rekan kelompok penelitian di tugaskan untuk mempresentasikan laporan tersebut pada hari kamis 30 juli 2012 di depan pembimbing peraktek kerja lapangan di Diskominfo yaitu Bpk Edri.

Persentasi adalah menyajikan, mengetengahkan, mengemukakan ide, gagasan, sudut pandang, atau kebijaksanaan yang bersifat pribadi atau atas nama lembaga/perusahaan. Tahapan – tahapan yang dilakukan oleh penulis beserta rekan – rekan dalam melakukan presentasi adalah :

1. *Prepare*

a. Memposisikan audiens selaku pihak yang berkepentingan

b. Menetapkan maksud, tujuan dan kegunaan pembicaran anda

c. Memahami demografi dan psikologis audiens

2. *Plan*

a. Membuat rencana umum (topic dan tujuan)

b. Membuat rencana rinci atau struktur presentasi

c. Berfikir positif

d. Membuka presentasi dengan hal yang menarik

e. Memberikan bantuan penjelasan dengan bantuan visual

3. *Practice*

a. Membangun rasa percaya diri

b. Mempraktekkan presentasi dan merevisualisasi presentasi

4. *Present*/Penyajian

a. Mengambil sikap pro

b. Mengandalkan hal-hal fundamental

c. Membuat kesan pertama yang positif

d. Melibatkan audiens

2.2 Analisis

2.2.1 Analisis Divisi / Bagian Tempat PKL

Dalam melaksanakan tugas – tugasnya bagian Sarana Komunikasi dan Desiminasi Informasi (SKDI) Diskominfo Jawa Barat ini berada di bawah Dinas Pemerintah Provinsi Jawa Barat, maka dari itu tugas dari bagian SKDI ini juga membantu program – program yang dilaksanakan oleh Dinas Pemprov Jabar.

SKDI membawahi tiga seksi, yaitu :

1. Seksi Komunikasi Sosial

   Seksi Komunikasi Sosial mempunyai tugas pokok yang harus dapat dipertanggung jawabkan karena menyangkut bahan kebijakan teknis dan fasilitasi komunikasi sosial. Dalam penyusunan suatu kebijakan tentunya banyak hal – hal yang perlu dipertimbangkan, maka dari itu seksi

2. Seksi Komunikasi Pemerintah Dan Pemerintah daerah

Seksi Komunikasi Pemerintah Dan Pemerintah dareah mempunyai tugas pokok melaksankan penyusunan bahan kebijakan teknis dan fasilitasi komunikasi pemerintah dan pemerintah daerah. Dilihat dari tugas pokok seksi ini harus menjalin hubungan komunikasi efektif dengan pemerintah daerah sehingga penyusunan bahan kebijakan teknis dan fasilitasi komunikasi pemerintah dan pemerintah daerah dapat disusun dengan baik dan terencana.

3. Seksi Penyiaran Dan Kemitraan Media

   Seksi Penyiaran dan Kemitraan Media mempunyai tugas pokok melaksanakan penyusunan bahan kebijakan teknis serta fasilitasi penyiaran dan kemitraan media. Seksi ini dalam pelaksanaan tugasnya agar setiap apa yang direncanakan dalam setiap program kerja, maka harus dapat berkoordinasi dan kerjasama dengan media cetak, elektronik dan media lainnya.

2.2.2 Analisis Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Praktek kerja lapangan yang dilakukan di Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Bandung berkaitan sekali dengan program studi yang ditempuh oleh penulis yaitu ilmu komunikasi yang berkonsentrasi pada bidang humas. Walaupun divisi tempat praktek kerja lapangan bukanlah humas yang *state of being*, namun kegiatan di bagian Sarana komunikasi dan Diseminasi Informasi banyak yang berhubungan dengan kegiatan kehumasan.

Pada bagian ini penulis akan menjelaskan tentang kegiatan yang berkaitan dengan kehumasan pada bagian Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi di Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Bandung dengan

pembelajaran yang telah didapat oleh penulis selama melakukan *study* di Universitas Komputer Indonesia.

Bagian Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi di Diskominfo Jabar tempat pelaksanaan PKL sama seperti divisi humas perusahaan lain, sebelum meluncurkan program – program sosilaisasi yang bertujuan ke arah perbaikan kehidupan, disini humas melakukan pencarian data mengenai hal – hal apa yang sedang terjadi pada masyarakat. Misalnya didapatkan fakta bahwa banyak masyarakat yang tidak bertanggung jawab dalam mengunakan internet. Dari fakta tersebut dibuatlah suatu rencana program agar masyarakat menggunakan internet secara bertanggung jawab, misalnya program sosialisasi internet sehat dan aman. Setelah rencana program tersebut dibuat dengan pemikiran yang matang dan bagaimana untuk mengoperasionalkannya sudah terancang, barulah program tersebut dioperasionalkan. Program tersebut setelah diaplikasikan kemudian dievaluasi, kegiatan evaluasi ini salah satunya dilaksanakan oleh penulis, yaitu melakukan penelitian apakah program internet sehat dan aman ini efektif atau tidak.

Sebagian besar kegiatan seorang humas yang juga dilakukan oleh penulis selama PKL berhubungan dengan tugas humas internal. Diantaranya adalah:

1. Studi dan diskusi mengenai Keterbukaan Informasi Publik dan Media Komunikasi Diskominfo.
2. Studi media komunikasi mengenai program – program humas Diskominfo.
3. Melakukan penelitian mengenai salah satu program Diskominfo mengenai internet sehat dan aman melalui media komunikasi berupa megatron.

4. Melakukan segmentasi media, dimana seorang humas harus mampu memformulasikan keseimbangan saling dukung antara media cetak dan elektronik.
5. Melakukan iklan layanan masyarakat.

Produk tertulis humas yang dihasilkan selama pelaksanaan PKL berupa laporan penelitian program sosialisasi melalui media komunikasi (megatron). Laporan tersebut berjudul **"Efektivitas Sosialisasi Internet Sehat dan Aman (INSAN) DISKOMINFO Terhadap Kalangan Penghuni Kosan Sekeloa 16C Mengenai Pemahaman INSAN Menggunakan Media Komunikasi (Megatron)"**.

2.2.3 Analisis Humas

Pada bagian ini penulis akan menjelaskan tentang humas dengan pembelajaran yang telah didapat oleh penulis selama melakukan *study* di Universitas Komputer Indonesia.

Humas merupakan suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan, secara berkesinambungan untuk menciptakan saling pengertian antara sebuah lembaga/institusi dengan masyarakat (publik).

Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations in Word Marketing* mengatakan bahwa PR atau humas adalah suatu sistem komunikasi untuk menciptakan kemauan yang baik.

International Public Relations Associations (*IPRA*) mendefinisikan PR adalah fungsi manajemen dari ciri yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau publik (umum) untuk memperoleh pengertian,

simpati, dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini public diantara mereka.

Dalam pelaksanannya humas menggunakan komunikasi untuk memberitahu, mempengaruhi dan mengubah pengetahuan, sikap dan perilaku publik sasarannya. Hasil yang ingin dicapai dalam kegiatan PR atau humas pada intinya adalah *good image* (citra yang baik), *goodwill* (itikad baik), *mutual understanding* (saling pengertian), *mutual confidence* (saling mempercayai), *mutual appreciation* (saling menghargai), dan *tolerance* (toleransi).

Dalam pengelolaan sistem PR atau humas suatu perusahaan, seorang humas harus membentuk suatu *comfort* (keharmonisan) dengan berbagai unsur dalam organisasi atau perusahaan itu sendiri : (1) secara fungsi : *the real job* (pekerjaan nyata) dari komponen – komponen suatu organisasi atau perusahaan; (2) secara terstruktur : hirarki organisasional individu dan posisi; (3) secara proses : pengambilan keputusan formal tentang suatu peraturan dan prosedur yang terdapat dalam organisasi atau perusahaan; dan (4) secara umpan balik mekanisme evaluative formal dan informal organisasi atau perusahaan.

Dalam suatu lembaga maupun perusahaan humas merupakan salah satu profesi yang berperan penting agar lembaga atau perusahaan tersebut dapat mencapai tujuan – tujuannya. Humas harus mampu menjembatani antara kepentingan lembaga atau perusahaan dengan publiknya, maupun sebaliknya.

Humas pun selain harus dapat mempertahankan citra baik yang melekat pada lembaga atau perusahaan, selain itu humas juga dituntut untuk dapat membangun citra yang baik, sehingga penilaian dari publik internal maupun publik eksternal kepada lembaga/perusahaan bersifat positif.

Prinsip komunikasi tidak terlepas dalam pekerjaan seorang humas, dimana prinsip itu adalah menciptakan suatu komunikasi yang efektif. Keefektifan suatu komunikasi baru akan tercapai bila timbulnya saling pengertian antara komunikasi dan komunikator, atau bisa dikatakan timbulnya persepsi yang sama tentang memaknai suatu hal.

Kegiatan utama PR atau humas di dalam suatu lembaga/perusahaan bukan hanya menyangkut komunikasi efektif saja, tetapi meliputi berbagai kegiatan. Kegiatan tersebut diantaranya :

1. Menjalankan program terencana dan berkesinambungan sebagai bagian dari manajemen lembaga/perusahaan.
2. Berurusan dengan hubungan antara lembaga/perusahaan dengan publiknya.
3. Memantau pengetahuan, pendapat, sikap dan perilaku di dalam dan di luar lembaga/perusahaan.
4. Menganalisis pengaruh kebijakan, prosedur dan tindakan pada publik.
5. Menyesuaikan kebijakan, aturan dan tindakam yang dipandang menimbulkan konflik dengan kepentingan publik dan keberadaan lembaga atau perusahaan.
6. Memberikan saran dan masukan kepada manajemen dalam pembuatan kebijakan, aturan dan tindakan yang dipandang menimbulkan konflik dengan kepentingan publik dan keberadaan lembaga atau perusahaan.
7. Membangun dan memelihara hubungan komunikasi dua arah antara lembaga/perusahaan dengan publiknya.

8. Menghasilkan perubahan yang khusus dalam pengetahuan, pendapat, sikap dan perilaku di dalam dan di luar lembaga/perusahaan.
9. Menciptakan hubungan baru dan atau memelihara hubungan antara lembaga/perusahaan dan publiknya.

Dalam upaya meraih dukungan publik, humas perlu bekerja keras dengan mencari dan memberikan informasi kepada masyarakat, agar lembaga/perusahaan dapat berkembang dengan baik, karena kepercayaan dan sokongan publiklah lembaga atau perusahaan itu dapat tetap berjalan.

Salah satu kegiatan humas dalam memberikan informasi kepada masyarakat untuk memperoleh dukungan dan kepercayaan publik adalah kegiatan hubungan pers, yakni membina hubungan baik dengan kalangan pers yang mengelola media cetak (suratkabar/majalah) dan media elektronik (tv/radio).

Di era kompetisi saat ini menjaga citra baik dari lembaga atau perusahaan menjadi sangat penting, maka dari itu seorang humas harus mampu memberikan strategi – strategi kepada lembaga/perusahaan dalam rangka menciptakan, memelihara dan meningkatkan citra yang positif. Maka dari itu, penting bagi suatu lembaga atau perusahaan untuk memiliki humas yang memenuhi kualifikasi profesi humas yang baik, karena dengan humas yang baik akan dapat membawa lembaga/perusahaan menuju ke arah yang lebih baik.

1.2.4 Analisis Layanan Perusahaan Kepada Mahasiswa/i PKL

Pelayanan terhadap penulis sangat baik oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat selama melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat ini.

Penulis berterima kasih telah mendapatkan kesempatan, karena pada hari pertama melakukan PKL penulis diperkenalkan oleh pegawai Sarana komunikasi dan Diseminasi Informasi Diskominfo Jawa Barat. Bahkan Kepala Bidang Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi meluangkan waktu untuk memberikan sambutan, penulis merasa nyaman dengan sambutan yang ramah dari para pegawai Sarana komunikasi dan Diseminasi Informasi Diskominfo Jawa Barat, dan karyawan-karyawan dinas komunikasi dan Informatika Jawa Barat di bagian lainnya.

Diberikan kesempatan untuk melaksanakan praktek kerja lapangan di Sarana komunikasi dan Diseminasi Informasi Diskominfo Jawa Barat ini memberikan pengalaman yang menarik bagi penulis, khususnya karena penulis dapat mengaplikasikan teori serta mempraktekan hasil pembelajaran yang berkaitan dengan ilmu komunikasi dan kehumasan yang telah didapatkan selama perkuliahan di program studi ilmu komunikasi Unikom terhadap lembaga atau perusahaan.

Gambar 2.5

Foto Bersama dengan Bapak Edri Wilastono, S.Sos

(Pembimbing Mahasiswa/i PKL Diskominfo Bidang SKDI**)**



Sumber : Dokumentasi penulis, 2012.