

PENGELOLAAN *PRESS RELEASE* OLEH HUMAS SEBAGAI MEDIA  
INFORMASI PADA *WEBSITE* PEMERINTAH DAERAH ISTIMEWA  
YOGYAKARTA

SKRIPSI



SKRIPSI

Disusun Oleh:

**ROMYANOS ORONG C DE WAYNIRA**

**NIM: 20530006**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA "APMD"  
YOGYAKARTA**

**2023**



**PENGELOLAAN *PRESS RELEASE* OLEH HUMAS SEBAGAI MEDIA  
INFORMASI PADA *WEBSITE* PEMERINTAH DAERAH ISTIMEWA  
YOGYAKARTA**



Mengetahui  
**Dosen Pembimbing**

**Dr. Yuli Setyowati, M. Si.**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA “APMD”  
YOGYAKARTA**

**2023**

### LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Saya menyatakan bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Yogyakarta, 19 Juli 2023



Romyanos Orong C De Waynira

NIM 20530006

### HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim penguji untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi pada Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta pada:

Hari : Kamis  
 Tanggal : 3 Agustus 2023  
 Jam : 12.00  
 Tempat : Ruang Ujian Skripsi Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta

#### TIM PENGUJI

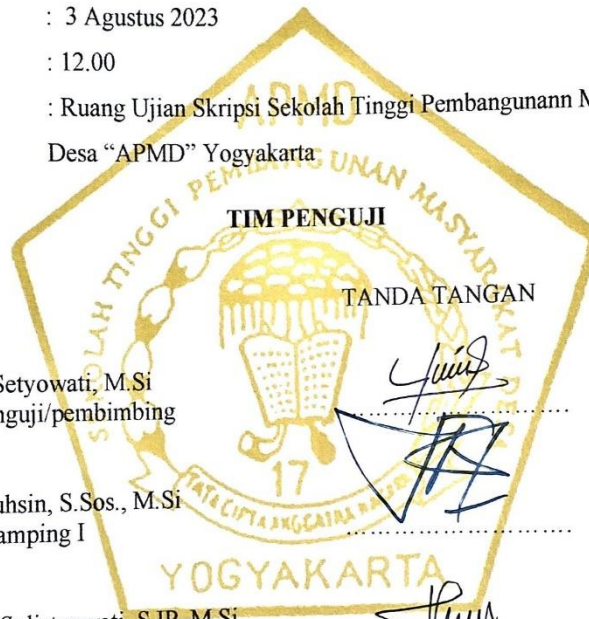
NAMA

TANDA TANGAN

Dr. Yuli Setyowati, M.Si  
 Ketua/penguji/pembimbing

Habib Muhsin, S.Sos., M.Si  
 Penguji samping I

Fadjarini Sulistyowati, S.IP, M.Si  
 Penguji samping II



Mengetahui Ketua Program Studi  
 Ilmu Komunikasi



Dr. Yuli Setyowati, M.Si  
 170230197

## MOTTO

*“Keberhasilan bukanlah milik orang yang pintar.  
Keberhasilan adalah kepunyaan mereka yang senantiasa  
berusaha”*

*B.J. Habibie*

*“Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah  
gagal, tetapi bangkit kembali disaat kita jatuh”.*

*Confusius*

**Skripsi ini saya persembahkan kepada :**

**Tuhan Yesus Kristus, Bunda Maria dan Santo Yosef**

**Bapa, Mama tercinta, kaka, adik serta semua keluarga**

**Sahabat dan teman-teman seperjuangan**

**dan semua yang telah memberikan dukungan dan semangat**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terimakasih peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, Allah Tri Tunggal Maha Kudus, karena telah memberikan berkat dan anugerah kesehatan serta kekuatan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan dengan baik tuisan ini, dengan judul “Pengelolaan *Press Release* Oleh Humas Sebagai Media Informasi Pada *Website* Pemerintah DIY”.

Penyusunan dan penyelesaian tulisan ini tidak dapat dilepaskan dari banyak pihak yang telah memberikan dukungan dalam segala hal. Oleh karenanya ucapan terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada :

1. Ketua STPMD “APMD” Yogyakarta, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi STPMD “APMD” Yogyakarta beserta seluruh staf akademika.
2. Ibu Dr. Yuli Setyowati, M. Si. penulis mengucapkan terimakasih atas kesabaran dan bimbingan hingga terselesaikannya tulisan ini.
3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ilmu Komunikasi dimana penulis menimba Ilmu dan Pengalaman dari beliau.
4. Kedua orang tua peneliti, Bapak Kaletus M. Moring dan Mama Rosita Da Conceicao, serta kakak dan adik penulis, yang senantiasa memberikan dukungan moril dan materi serta selalu mendampingi penulis.
5. Teman – teman kos 40 yang telah memberikan serta dukungan kepada penulis selama penyusunan skripsi
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan, yang telah berjasa dan turut membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi

Penulis menyadari bahwa skripsi yang penulis buat ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran dapat membantu menyempurnakan skripsi ini sangat penulis harapkan. Dengan demikian skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Yogyakarta, 19 Juli 2023



Romyanos Orong C De Waynira

## ABSTRAK

STPMD “APMD”

Program studi: Ilmu Komunikasi

Tahun 2023

Nama lengkap : Romyanos Orong C De Waynira (20530006)

Judul Skripsi : Pengelolaan *press release* oleh Humas sebagai media informasi pada *website* Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta.

Bagaimana pengelolaan *press release* pada *website* Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta oleh Humas sebagai media informasi pada Pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta? Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui proses pengelolaan *press release* pada *website* Pemda DIY.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi, wawancara kepada kepala bagian Humas , observasi terhadap Humas, media massa dan *website* Pemda DIY, serta dokumentasi untuk melihat arsip-arsip dan data penting mengenai penelitian yang penulis lakukan. Data yang diperoleh akan dianalisis dengan metode deskriptif.

Berdasarkan kajian teori yang digunakan maka, hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengelolaan *press release* pada *website* Pemda DIY, Humas Pemda dalam pemberitaan *press release* sudah memberikan informasi-informasi yang lengkap dan akurat terkait kegiatan Pemda DIY, selain itu pemberitaan pada *website* juga merupakan sarana membangun citra positif yang baik terhadap Pemda DIY. Maka pemberitaan pada *website* sudah mewujudkan hal tersebut dengan memberikan informasi-informasi pada pemberitaan *press release* secara lengkap, akurat dan sesuai dengan fakta-fakta yang ada. Pemberitaan pada media massa dan media online, proses pembuatan *press release* dilakukan dengan peliputan kegiatan dengan mengirim 3 orang yang bertugas yaitu reporter, fotografer dan vidio, hasil dari reporter yang merekan isi sambutan dan hasil wawancara di tulis kedalam sebuah berita *press release*, seterusnya akan diupload ke media massa dan media online Pemda DIY

Kata kunci: *website*, *press release*, Humas Pemda DIY



## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan.....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Halaman Motto dan Persembahan .....	iv
Halaman Kata Pengantar.....	v
Halaman Abstrak.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Bagan .....	xi
Daftar Gambar .....	xii
Daftar Lampiran .....	xiii

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar belakang.....	1
B. Kebaruan Penelitian .....	4
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian .....	8
F. Kajian Teoritis .....	9
1. Manajemen/Pengelolaan .....	9
2. Public Relations .....	13
3. Humas Pemerintah .....	15
4. Media Online .....	18
5. Jurnalistik Online .....	20

6. Press Release.....	23
7. Informasi Publik.....	28
G. Kerangka Berpikir.....	30
H. Metodologi Penelitian .....	31
1. Jenis Penelitian .....	31
2. Lokasi Penelitian .....	32
3. Data Sumber Data.....	32
4. Teknik Pengumpulan Data .....	32
5. Teknik Pengambilan Sample .....	34
6. Teknik Analisis Data .....	35

## **BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

A. Sejarah Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta.....	37
B. Visi Misi Pemda DIY.....	40
C. Lambang Daerah Istimewa Yogyakarta.....	44
D. Biro Umum Humas dan Protokol Setda DIY.....	50
E. Visi Misi Biro Umum Humas dan Protokol Setda DIY .....	51
F. Tugas dan Fungsi Biro Umum Humas dan Protokol Setda DIY .....	51
G. Struktur Biro Umum Humas dan Protokol Setda DIY .....	53

## **BAB III TEMUAN DATA DAN ANALISIS**

A. Temuan Data .....	54
1. Media Online.....	55
2. Jurnalistik Online .....	56
3. Penulisan <i>Press Release</i> .....	63

B. Pembahasan .....	71
1. Pemberitaan melalui media <i>online</i> Humas Pemda DIY .....	71
2. Jurnalistik <i>online</i> Humas Pemda DIY .....	73
3. Jenis <i>press release</i> pada <i>website</i> Humas Pemda DIY .....	77

#### **BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	80
B. Saran .....	81

**DAFTAR BAGAN**

1. Kerangka Pikir .....	31
-------------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

1. Gambar II.1 Logo Pemda DIY .....	44
2. Gambar II.2 Struktur Biro Humas dan Protokol .....	53
3. Gambar III.1 Wawancara dengan Bapak Kepala Bagian Humas .....	55
4. Gambar III.2 Piramida Terbalik .....	58
5. Gambar III.3 Pemberitaan <i>Website</i> .....	59
6. Gambar III.4 Pemberitaan pada Instagram teruskan ke <i>website</i> .....	61
7. Gambar III.5 Pemberitaan pada <i>Website</i> .....	61
8. Gambar III.6 <i>Basic Publicity Release</i> .....	67
9. Gambar III.7 <i>Product Release</i> .....	68
10. Gambar III.8 Proses Pembuatan <i>Press Release</i> .....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Panduan wawancara

Lampiran 2. Tampilan *website* Pemda DIY

Lampiran 3. Contoh *press release basic publicity release*

Lampiran 4. Contoh *press release product release*

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Perkembangan teknologi merupakan hal yang tidak dapat terelakkan di era modern ini. Teknologi modern dianggap mulai mempermudah kegiatan manusia di berbagai bidang, termasuk komunikasi, dengan meningkatkan fitur dan kegunaannya. Perangkat keras seperti komputer dan smartphone hingga bentuk digital seperti Internet dan sosial media adalah beberapa contoh teknologi kontemporer yang secara bertahap mengubah cara orang berkomunikasi saat ini. Banyak orang mulai menggunakan media sosial karena kemudahan internet dan media sosial untuk berkomunikasi dan menjalin hubungan tanpa batasan waktu dan tempat. Pada tahun 2022, jumlah orang Indonesia yang aktif menggunakan media sosial akan mencapai 191 juta, termasuk praktisi PR atau humas di lembaga pemerintahan dan bisnis swasta. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>.

Aktivitas seorang praktisi humas di sebuah organisasi menjadi sebuah keharusan untuk proses berjalannya suatu perusahaan. Hal ini yang menyebabkan di setiap organisasi maupun perusahaan pasti memiliki divisi atau bagian humas. *Public relations* atau humas merupakan jembatan komunikasi antara perusahaan yang diwakili dengan masyarakat sebagai target sasarnya untuk menciptakan

hubungan timbal balik atau dua arah. Tindakan yang cepat dan tepat dalam menyebarkan informasi yang diperoleh serta tanggap terhadap perubahan yang terjadi merupakan ciri khas seorang praktisi *public relations* atau humas.

Dengan menggunakan situs web perusahaan dan platform media sosial, internet telah menjadi salah satu alat penting dalam bidang periklanan perusahaan atau organisasi. Untuk mendapatkan opini publik yang menyenangkan, positif, dan menguntungkan perusahaan, Anda harus bersikap ramah dan terbuka saat menerima kritik, saran, dan pendapat orang lain. Publik akan bergantung pada PR untuk mendapatkan informasi.

Undang-Undang Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik mewajibkan pengelolaan press release di situs web. Undang-undang ini menjamin bahwa negara menjamin hak warga negara untuk mengetahui rencana pembuatan kebijakan publik, program kebijakan publik, proses pengambilan keputusan publik, serta alasan pengambilan keputusan tersebut.

Komunikasi humas pemerintah berhubungan dengan medianya. Informasi politik dan informasi publik adalah komponen utama pengelolaan media pemerintah. Pejabat pers—biasanya mantan wartawan—membangun dan menyampaikan berita baik dan keberhasilan partai politik. Mereka adalah sumber informasi politik.



Departemen publisitas para pejabat, bagian pelayanan publik yang membantu desiminasi informasi dan operasi pemerintah, bertanggung jawab atas pengumpulan informasi publik. Memberikan informasi kepada publik tentang hak dan kewajiban, perundang-undangan, pelayanan pemerintah, dan membantu mengarahkan tindakan adalah tanggung jawabnya (Johnston, Ardianto, 2013).

Aktivitas *public relations* atau Humas dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, informasi tersebut disampaikan melalui *press release* yang dapat segera diterbitkan ke masyarakat oleh media yang bersangkutan. *Press release* merupakan suatu sarana informasi Humas yang ingin segala kegiatan-kegiatan serta aktivitas terbaru Pemda diangkat ke media untuk segera diterbitkan dan dikomunikasikan ke masyarakat. Media yang sering digunakan Humas Pemerintah DIY dalam menyampaikan informasi diantaranya *website* resmi Pemda DIY <https://jogjaprovo.go.id/>, Humas Pemda DIY juga menggunakan media sosial dalam menyampaikan informasi yaitu: instagram, twitter, tiktok. Penggunaan website sebagai media informasi agar masyarakat umum dapat mengakses dengan cepat dan mudah dalam mendapatkan informasi. Selain itu masyarakat juga dapat menyampaikan pesan dan pemikiran mereka tentang kebijakan yang dijalankan Pemprov DIY.

Dalam penelitian ini pembahasannya meliputi proses pengelolaan *press release* oleh *public relations* pada Kantor Gubernur

Kepatihan DIY. Penulis membahas mengenai penulisan dan penyebaran *press release* yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY melalui kegiatan penulisan *press release* pada *website* Pemda DIY. Penulis membahas salah satu kegiatan *public relations* dalam menjalin hubungan dengan media atau pers yaitu proses penulisan dan penyebaran *press release* sebagai salah satu kegiatan *public relations* dalam proses pengangkatan berita.

## **B. KEBARUAN PENELITIAN**

Adapun yang menjadi landasan Penelitian Terdahulu dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Minarni Tolapa Universitas Ichan Gorontalo (2018) dengan judul jurnal “Peran *press release* sebagai bentuk penyebaran informasi publik di bagian humas Pemerintah Kota Gorontalo” penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan tujuan penelitian bertujuan untuk menganalisis peran siaran pers sebagai bentuk publik sosialisasi di Dinas Humas Kota Gorontalo. Hasil yang di dapat dari penelitian ini adalah bahwa *Press Release* memiliki peran penting sebagai mendukung kegiatan publikasi Humas Pemerintah Kota Gorontalo. *Press Release* sebagai bentuk penyebaran informasi publik cukup berperaneftif dan efisien dalam menyampaikan informasi yang akurat kepada masyarakat. Persamaan penelitian ini dengan yang

akan peneliti lakukan adalah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan sama-sama meneliti tentang press realese sebagai media informasi public. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada lokasi penelitiannya, subjek dan tidak ada kaitanya dengan media online serta penulisan sampai proses upload ke media.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Titis Gandariani Hubungan Masyarakat, Politeknik LP3I Jakarta (2016) dengan judul jurnal “*Public relations dan kemampuan menulis press release sebagai publisitas korporat*”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan tujuan penelitian yaitu untuk mendeskripsikan deskripsi konsep dan pola penulisan *press release* didasarkan pada konteks ilmu komunikasi. Hasil dari penelitian ini adalah Untuk memperoleh keahlian menulis seorang praktisi PR harus mengenal teknik penulisan dan banyak melakukan latihan. melainkan kombinasi dengan pekerjaan yang menggandakan analisis. Oleh karenanya untuk dapat menulis dengan baik dibutuhkan dukungan riset, data, bacaan, diskusi, dan upaya yang memperluas wawasan. Sebelum memulai menulis *press release*, praktisi PR perlu melaksanakan tahap persiapan, termasuk motivasi yang mendasari praktisi PR ketika ingin menulis press release. Dengan demikian PR dapat mematangkan topic dan isu yang hendak diangkat, bila perlu melakukan studi pustaka atau riset kecil kecilan

agar mendapat gambaran yang lebih dalam. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan sama-sama meneliti tentang proses penulisan *press realese* oleh *public relations/humas*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada lokasi penelitiannya, subjek yang diteliti, dan tidak menggunakan media *online*

3. Penelitian yang dilakukan oleh Novi Purnama, Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sultan Fatah Demak (2017) dengan judul jurnal “*Press release* sebagai wahana menyampaikan informasi kepada publik dalam aktivitas kampanye politik”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran *public relations* membantu partai politik dalam penyampaian informasi melalui *press realese*. Hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah *public relations* dalam hal ini, dapat membantu partai politik bersangkutan untuk meningkatkan image positif dimata public sehingga elektabilitasnya dapat meningkat. Sebagai sebuah cara pengkomunikasian sebuah pesan (politik), *press release* tentu memerlukan media penyampai. Media yang umum digunakan serta mampu mencapai khalayak luas tidak lain adalah media massa, baik cetak maupun elektronik. Tingkat melek teknologi yang terus meningkat terus menjamin keberhasilan inti pesan *press release*

untuk tersampaikan kepada public. Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah deskriptif kualitatif dan sama-sama meneliti *press realese* sebagai media informasi. Perbedaan pada penelitian ini dengan peneliti sekrang adalah pada lokasi penelitian, subjeknya, serta media yang di gunakan karena penelitian yang akan di teliti sekrang adalah media *online (website)*

#### **C. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana pengelolaan *press release* pada *website* Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta oleh Humas sebagai media informasi pada Pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta?

#### **D. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui Pengelolaan *press release* pada *website* Pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

## **E. MANFAAT PENELITIAN**

Manfaat dari penelitian ini adalah:

### 1. Manfaat Akademis:

- a. Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan serta memperdalam ilmu pengetahuan terutama mengenai aktivitas yang berkaitan dengan media komunikasi eksternal pada Lembaga Pemerintahan
- b. Penelitian ini dapat memberikan tambahan referensi hasil penelitian yang akan dimanfaatkan oleh mahasiswa lain yang tertarik dengan media komunikasi eksternal pada kantor Gubernur DIY maupun kantor Pemerintah lainnya.

### 2. Manfaat Praktis:

- a. Diharapkan bahwa penelitian ini akan membantu masyarakat dan peneliti mengetahui lebih banyak tentang pengelolaan press release online sebagai sumber informasi.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan dan juga sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi bagi Humas PEMDA DIY.

## **F. KAJIAN TEORITIS**

### **1. Manajemen/ Pengelolaan**

Robbins (Fitri Suyuthi, 2020) mengatakan bahwa manajemen adalah langkah pertama yang dilakukan sebelum melakukan kegiatan manajemen itu sendiri. Manajemen adalah tentang seberapa efektif dan efisien proses dan kegiatan organisasi atau perusahaan. Efisiensi berarti menghasilkan banyak output dengan sedikit input. Efektivitas adalah melakukan hal yang tepat atau melakukan hal-hal secara langsung yang membantu organisasi mencapai tujuan mereka. Jika dilihat lebih jauh, efektivitas mengacu pada hasil atau pencapaian tujuan, sedangkan efisiensi mengacu pada metode yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.

Menurut beberapa ahli, manajemen dapat didefinisikan sebagai berikut:

- a. Menurut Daft, Richard (2012), manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, memimpin, dan mengendalikan penggunaan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien;
- b. Menurut Schermerhorn, John (2012), manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, memimpin, dan mengendalikan penggunaan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan kinerja.

c. Menurut Ricky W. Griffin (Rheza Pratama, 2020) manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal

Dengan demikian manajemen dapat didefinisikan sebagai seni mengatur proses, cara, dan tindakan untuk mencapai tujuan organisasi dengan dan melalui orang lain..

## 2. Fungsi Manajemen

Manajemen mencakup banyak hal, termasuk menentukan arah organisasi, membuat kegiatan organisasi yang efektif dan efisien, mendorong kerja sama antara anggota organisasi (sumber daya manusia), dan mengawasi kegiatan untuk mencapai tujuan. Dengan kata lain, peran yang sangat strategis dimainkan oleh manajemen dalam meningkatkan efisiensi operasi perusahaan. "Manajemen memberikan efektivitas untuk upaya manusia. Ini membantu mencapai fasilitas, peralatan, lahan, kantor, produk, pelayanan, dan hubungan manusia yang lebih baik." Pendapat ini menunjukkan betapa pentingnya manajemen dalam mencapai efisiensi dan efektivitas terutama untuk membantu pencapaian yang



lebih baik dalam mendayagunakan fasilitas, peralatan, lahan, kantor, produk, pelayanan, dan hubungan manusia dalam organisasi.

Pencapaian tujuan, sasaran, dan kegiatan organisasi adalah fokus proses manajemen. Ini dilakukan melalui pendekatan fungsi-fungsi manajemen, menurut Robbin (Fitri Suyuthi, 2020):

- a. Perencanaan (*Planning*) adalah fungsi manajemen yang mencakup proses mendefinisikan sasaran, menetapkan strategi untuk mencapai sasaran, menyusun rencana, dan kemudian mengintegrasikan dan mengoordinasikan kegiatan. Perencanaan ini adalah dasar untuk menetapkan apa, mengapa, kapan, di mana, bagaimana, dan siapa yang akan melakukan kegiatan tersebut (5 W 1 H). Namun, untuk membuat rencana yang komprehensif yang memenuhi kebutuhan organisasi, diperlukan data dan informasi yang cukup serta analisis..

Robbin, (Fitri Suyuthi, 2020) mengemukakan empat tujuan dari perencanaan yaitu:

- 1) Perencanaan membantu manajer dan karyawan non-manajer memahami tujuan apa yang harus dicapai untuk mencapai tujuan tersebut.
- 2) Mengurangi ketidakpastian
- 3) Mengurangi pemborosan
- 4) Menetapkan tujuan dan standar untuk digunakan dalam proses evaluasi dan pengendalian berikutnya.

- b. Pengorganisasian (*Organizing*) yaitu fungsi manajemen ini menentukan tugas apa yang harus dilakukan, siapa yang melakukan, bagaimana proses mengelompokan tugas, siapa yang harus melapor pada siapa dan di mana keputusan dibuat. Pengorganisasian ini memiliki hubungan garis tugas yang jelas antara atasan dan bawahan, sehingga dengan demikian setiap orang dapat bekerja bersama-sama dalam kondisi yang baik untuk mencapai tujuan organisasi. Pengorganisasian yang dilaksanakan harus efektif dan efisien, seperti: menjelaskan siapa yang akan melakukan apa, menjelaskan siapa memimpin siapa saluran-saluran komunikasi dan memusatkan sumber-sumber data terhadap sasaran-sasaran. Pengorganisasian ini menyangkut bagaimana strategi dan taktik yang telah dirumuskan dalam perencanaan didesain dalam sebuah organisasi dalam struktur organisasi yang tepat dan sesuai. Lingkungan organisasi yang kondusif, serta menempatkan orang yang tepat pada posisi yang tepat agar dapat bekerja secara efektif dan efisien sesuai dengan tujuan organisasi.
- c. Memimpin (*Actuating*) Fungsi manajemen ini mencakup mendorong bawahan, memiliki pengaruh pada orang lain, berkomunikasi dengan baik, dan memecahkan masalah dan perilaku karyawan.

Proses menjalankan kegiatan agar semua orang dalam organisasi dapat melakukannya dan memotivasi mereka untuk bertanggung jawab terhadap tanggung jawab dengan penuh kesadaran dengan produk dengan nilai tinggi.

- d. Pengendalian (*Controlling*) Fungsi manajemen ini meliputi pengawasan kinerja aktual, perbandingan dengan standar, dan koreksi jika diperlukan.

Proses untuk memastikan bahwa seluruh kegiatan dalam proses telah dilakukan, diatur dengan baik, dan dilaksanakan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

### 3. *Public Relations*

Menurut Dr. Rex F. Harlow, (Butterick Keith, 2012) menyatakan bahwa *public relations* adalah fungsi manajemen khusus yang membantu membangun dan mempertahankan jalur komunikasi dua arah, saling pengertian, penerimaan, dan kerjasama antara organisasi dan masyarakatnya. Fungsi ini mencakup manajemen masalah dan membantu manajemen selalu mendapatkan informasi dan merespon pendapat publik. Fungsi ini juga mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani.

Menurut Cutlip et al., "PR adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi

kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut", komunikasi adalah salah satu dimensi dari menjalin relasi

Menurut pendapatnya, pekerjaan hubungan masyarakat di sebuah perusahaan serupa dengan:

- a. Sebagai *communicator*, yaitu PR bertindak sebagai komunikator dalam kegiatan komunikasi pada organisasi perusahaan. Prosesnya berlangsung dalam dua arah timbal balik antara perusahaan dengan publiknya. Dalam hal ini, di satu pihak melakukan fungsi komunikasi berlangsung dalam bentuk penyampaian pesan dan menciptakan opini public.
- b. Membina *relationship*, yaitu PR berusaha untuk membangun hubungan yang positif dan menguntungkan dengan pihak publiknya. khususnya dalam menumbuhkan kepercayaan dan keuntungan bersama antara lembaga pemerintah dan entitas publiknya.
- c. Peran *back up management*, yaitu menunjukkan bahwa fungsi PR melekat pada fungsi manajemen. Ini menunjukkan bahwa fungsi PR melekat pada fungsi manajemen..
- d. Membentuk *corporate image*, yaitu menunjukkan bahwa fungsi PR berusaha menciptakan persepsi publik tentang organisasi atau lembaga. Tujuan akhir dari program kerja kampanye PR adalah meningkatkan reputasi perusahaan atau lembaga untuk publikasi dan promosi..

#### 4. Humas Pemerintah

Pemerintah memainkan peran penting dalam kemajuan negara atau bangsa karena melaluinya semua kebijakan dibuat untuk kepentingan rakyat atau warga negara. Sebagian orang menganggap tujuan dan maksud ini salah. Mereka mengira pemerintah hanya melakukan upaya retorika dan propaganda untuk mempertahankan kekuasaan. Oleh karena itu, pemerintah harus berkomunikasi dengan warganya untuk meningkatkan pengertian dan pemahaman. Ini dapat dicapai melalui aktivitas humas.

Dalam pekerjaan pemerintah, humas biasanya disebut Pejabat Humas, Pejabat Penerangan, atau Pejabat Humas. Humas pemerintah didefinisikan sebagai "fungsi manajemen yang membantu agar agen, departemen, dan entitas publik lainnya dapat responsif terhadap warga yang mereka layani", menurut Scott M. Cutlip, Aleen H. Center, dan Glen M. Broom (2009).

Salah satu bagian khusus dari spesialisasi humas adalah humas pemerintah, yang menjalankan fungsi manajemen untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dalam rangka melayani dan mempengaruhi kebijakan publik untuk mendapatkan pengertian, kepercayaan, kerja sama, dan dukungan dari khalayak internal dan eksternal.

Scott M. Cutlip, Aleen H. Center, dan Glen M. Broom (2009) menyebutkan tujuh tujuan humas pemerintah:

- a. Memberikan informasi konstituen tentang aktivitas agen pemerintah
- b. Memastikan kerja sama aktif dalam program pemerintah
- c. Mengajak warga untuk mendukung kebijakan dan program yang sudah ditetapkan
- d. Melayani sebagai advokat publik untuk administrator pemerintah
- e. Mengelola informasi internal
- f. Memfasilitasi hubungan dengan media
- g. Menciptakan komunitas dan membangun hubungan.

Humas pemerintah bertanggung jawab menjalankan kebijakan publik dan pelayanan publik. Tugas humas dalam kebijakan publik adalah memberikan informasi tentang kebijakan pemerintah yang mengikat rakyat dan memberikan pelayanan terbaik dengan birokrasi yang mudah. untuk mendapatkan citra dan reputasi yang baik di dunia pemerintahan.

Fungsi humas pemerintah terdiri dari hal-hal berikut, menurut Bertrand R. Canfield (Ardianto, 2013):

- a. Mengabdikan kepada kepentingan umum
- b. Menjaga komunikasi yang baik
- c. Menitik beratkan moral dan tingkah laku yang baik

Humas pemerintah memiliki dua peran: yang pertama adalah memberikan informasi kepada masyarakat yang sesuai dengan

tujuan dan kebijaksanaan lembaga; yang kedua adalah mengumpulkan pendapat, keinginan, atau pendapat publik demi kepentingan umum. Oleh karena itu, humas pemerintah menekankan peningkatan pelayanan umum atau public service.

Ruslan (2014) menyatakan bahwa tanggung jawab utama humas pemerintah Indonesia adalah sebagai berikut:

- a. Mengamankan kebijakan pemerintah
- b. Memberikan layanan, informasi kebijaksanaan, dan program kerja kepada masyarakat secara nasional
- c. Menjadi komunikator dan mediator yang proaktif dalam menjembatani kepentingan pemerintah dan menerima aspirasi dan keinginan publik
- d. Berpartisipasi dan menciptakan lingkungan yang positif dan dinamis untuk mendukung stabilitas pemerintah

Ruslan (2014) memberikan penjelasan tentang kegiatan sehari-hari yang dilakukan humas pemerintah untuk mendukung pelaksanaan tugas dan fungsinya. Kegiatan-kegiatan tersebut meliputi:

- a. Menciptakan dan meningkatkan pemahaman antara pimpinan lembaga dengan orang-orang di luar dan di dalam lembaga
- b. Memberikan pelayanan dan informasi, baik dari lembaga maupun dari masyarakat

- c. Mendokumentasikan setiap peristiwa, kegiatan, atau acara penting yang terjadi di lingkungan lembaga
- d. Mengumpulkan data dan informasi yang berasal dari berbagai sumber, khususnya yang berkaitan dengan kepentingan Lembaga
- e. Membuat produk publikasi humas.

Komunikasi humas pemerintah terkait dengan media. Informasi politik dan publik adalah bagian dari pengelolaan media pemerintah. Pejabat pers biasanya mantan wartawan membangun dan menyebarkan berita baik dan keberhasilan partai politik.

Menurut Johnston (Ardianto, 2013) departemen publisitas, bagian pelayanan publik yang membantu desiminasi informasi dan operasi pemerintah, menangani informasi publik. Memberikan informasi kepada masyarakat tentang hak dan kewajiban, perundang-undangan, pelayanan pemerintah, dan bantuan dalam mengarahkan tindakan adalah tanggung jawabnya.

## 5. Media *Online*

Media dan teknologi memang tidak dapat dipisahkan seiring perkembangannya. Dengan kemajuannya yang pesat, teknologi memengaruhi perkembangan media yang ada di antara manusia. Seperti halnya teknologi internet yang diciptakan pada tahun 60-an,



perkembangan media saat ini, yang kita kenal dengan istilah media online, juga menarik perhatian kita.

"Laporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet" adalah definisi dari media *online*, juga dikenal sebagai *cyber journalism*.

Media *online* adalah media komunikasi yang digunakan menggunakan perangkat internet. Oleh karena itu, mereka diklasifikasikan sebagai media bersifat khas karena mereka membutuhkan pengetahuan tentang program komputer untuk mengakses informasi atau berita serta jaringan teknologi informasi dengan menggunakan perangkat komputer.

Dalam bukunya yang berjudul "*Jurnalistik Online*", Samsul M. Romli (2014) mendefinisikan media online sebagai media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Media *online* mencakup portal, *website*, *blog*, media sosial (seperti *Facebook* dan *Twitter*), *radio online*, *televisi online*, dan *email*.

Situs berita adalah salah satu desain media *online* yang paling sering digunakan dalam jurnalistik kontemporer. Seperti namanya, situs berita atau portal informasi adalah pintu gerbang ke informasi yang memungkinkan orang yang mencari informasi memperoleh berbagai fitur teknologi *online* dan berita. Sumber dayanya terdiri dari perpaduan layanan interaktif yang terkait dengan informasi secara langsung, seperti tanggapan langsung,

pencarian artikel, forum diskusi, dll; dan layanan interaktif yang tidak terkait sama sekali, seperti permainan, obrolan, kuis, dll.

#### 6. *Jurnalistik Online*

Jurnalistik adalah pekerjaan meliput, menulis, dan menyebarkan informasi atau berita melalui media massa. "Membuat sebuah peristiwa" adalah definisi paling mudah untuk jurnalistik.

*Online* mengacu pada internet, juga dikenal sebagai *World Wide Web* (www). Dalam bahasa Inggris, "*online*" berarti "informasi dapat diakses di mana saja dan kapan saja" selama jaringan internet tersedia.

Internet didefinisikan sebagai sistem jaringan komputer yang saling terhubung. Istilah "jaringan antar koneksi" menunjukkan artinya. Dengan jaringan itu, orang lain dapat melihat apa yang ada di sebuah komputer. Media dibuat oleh internet, yang terutama dikenal sebagai media *online*.

*Website*, atau *site*, adalah halaman *web* yang berisi konten seperti teks, video, audio, dan gambar. *Website* dapat diakses melalui internet dan memiliki URL, yang biasanya disebut *Uniform Resource Locator*, dengan awalan www atau http:/.

Paul Bradshaw dalam "*Basic Principal Of Online Journalism*" menyebutkan, ada lima prinsip dasar jurnalistik *online*

yang disingkat BASIC yakni *Brevity, Adaptability, Scannability, Interectivity, Community and Coversation*.

- a. Keringkasan (*Brevity*). Berita *online* dituntut untuk bersifat ringkas, untuk menyesuaikan dengan kehidupan manusia dan tingkat kesibukannya yang makin tinggi. Pembaca memiliki sedikit waktu untuk membaca dan ingin segera tahu informasi. Maka, jurnalisme *online* sebaiknya berisi tulisan singkat saja. Hal ini juga sesuai dengan salah satu kaidah Bahasa jurnalistik KISS, yakni *Keep It Short and Simple*. Buatlah naskah yang ringkas dan sederhana.
- b. Kemampuan beradaptasi (*Adaptability*). Wartawan *online* dituntut agar mampu menyesuaikan diri di tengah kebutuhan teknologi, jurnalis dapat menyajikan berita dengan cara membuat berbagai keragaman cara, seperti dengan penyediaan format suara (audio), video, gambar, dan lain- lain dalam suatu berita.
- c. Dapat dipindai (*Scannability*). Untuk memudahkan para audiens, situs-situs terkait dengan jurnalistik *online* hendaknya memiliki sifat dapat dipindai, agar pembaca tidak perlu merasa terpaksa dalam membaca informasi atau berita.
- d. Interaktivitas (*Interectivity*). Komunikasi dari public kepada jurnalis dalam jurnalisme *online* sangat dimungkinkan dengan adanya akses yang semakin luas. Pembaca atau *viewer* dibiarkan

menjadi pengguna (*user*). Hal ini sangat penting karena semakin audiens merasa dirinya dilibatkan, maka mereka akan semakin dihargai dan senang membaca berita yang ada.

- e. Komunikasi dan Percakapan (*Community and Conversation*).  
Media *online* memiliki peran yang lebih besar daripada media cetak atau media konvensional lainnya, yakni sebagai penjangkit komunitas. Jurnalis *online* juga harus memberi jawaban atau timbal balik kepada public sebagai sebuah balasan atas interaksi yang dilakukan public.

Jurnalistik *online* adalah jenis jurnalistik yang mempertimbangkan berbagai bentuk media, juga dikenal sebagai "multimedia", untuk membuat liputan yang memungkinkan interaksi antara reporter dan audiens serta menghubungkan berbagai elemen berita dengan sumber *online* lainnya.

Sebagian orang percaya bahwa kemampuan jurnalistik online untuk berinteraksi dengan orang lain dapat meruntuhkan keyakinan lama bahwa "kebenaran faktual" adalah inti dari praktik jurnalistik karena hanya wartawan yang dapat mengidentifikasi dan menentukan jenis informasi yang dibutuhkan khalayak. Faktualitas, objektivitas, dan imparialitas sekarang dipertukarkan antara jurnalis dan publik, bukan lagi di bawah pengawasan editor.

Mikw Ward dalam *journalism online (Focal Press, 2002)* menyebutkan beberapa karakteristik jurnalistik *online* sekaligus

yang membedakanya dengan media konvensional (keunggulan), yaitu:

- a. *Immediacy*: kecepatan informasi yang dikirimkan. Meskipun radio dan televisi dapat menyampaikan berita dengan cepat, mereka biasanya harus "menginterupsi" berita aktual. Jurnalistik *online* tidak. Berita dapat diposting dalam hitungan detik atau bahkan menit.
- b. *Multiple Pagination*: dapat mencakup ratusan halaman yang terkait satu sama lain dan juga dapat dibuka secara terpisah sebagai jendela baru
- c. *Multimedia*: Multimedia: menyajikan gabungan teks, gambar, audio, video, dan grafis sekaligus.
- d. *Flexibility Delivery Platform*: wartawan dapat menulis berita kapan saja dan di mana saja, bahkan saat mereka tidur.
- e. *Relationship With Reader*: kontak atau interaksi dengan pembaca dapat langsung saat itu juga melalui kolom komentar dan lain-lain.

## 7. *Press Release*

### a. Pengertian *Press Release*

Salah satu media humas dalam lingkup pekerjaannya adalah *Press Release*. Dalam pekerjaan mereka, Humas tidak dapat terlepas dari penulisan *Press Release*. Menurut Thomas Bivins dalam *Handbook for Public Relations Writing* (Soemirat

& Ardianto, 2015) "*Press Release* adalah informasi yang disiarkan untuk pers yang dibuat oleh *Public Relations*/Humas suatu organisasi atau perusahaan dan disampaikan kepada pengelola pers/redaksi media massa (TV, radio, surat kabar, majalah) untuk dipublikasikan.

Selain itu, Bivins (Soemirat & Ardianto, 2015) menyatakan bahwa, meskipun *Press Release* yang dibuat oleh *Public Relations* memiliki format yang sama, mereka meletakkan informasi yang berbeda pada bagian mana yang diberikan. Berdasarkan data yang dia peroleh, Bivins membagi *Press Release* ke dalam tiga kategori:

- 1) *Basic Press Release* mencakup berbagai informasi yang ada di dalam suatu organisasi atau perusahaan, yang memiliki nilai berita untuk media lokal, regional, dan nasional..
- 2) *Product Releases* mencakup informasi tentang target produk khusus atau produk reguler lainnya untuk publikasi perdagangan di industri tertentu.
- 3) *Financial Releases* digunakan terutama untuk membangun hubungan dengan pemegang saham..

b. Teknik Praktis Penulisan *Press Release*

*Press release* adalah dasar publisitas, terutama di media cetak, jadi mereka harus dikelola dengan sebaik mungkin. Oleh karena itu, ada metode untuk menulis *press relase*. Untuk

memastikan bahwa *press release* tetap terarah seorang *public relations*, disarankan untuk mempertimbangkan beberapa pertanyaan penting berikut ini, menurut Kriyantono (2012) dalam bukunya yang berjudul *Public Relations Writing Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat* adalah:

- 1) Apakah ada alasan mengapa peristiwa ini harus disiarkan?
- 2) Materi apa yang menjadi fokus informasi?
- 3) Apakah mungkin untuk memeriksa data? Ada tredi data yang mendukung?
- 4) Apakah *backrounders* atau fakta-fakta diperlukan?

Sebagai hasil dari pertanyaan-pertanyaan tersebut, menjadi jelas bahwa seorang *public relations* (humas) harus menggunakan teknik penulisan yang tepat saat menulis *press release* agar berita tersebut disedut oleh media massa. Menurut Kriyantono (2012) dalam bukunya *Public Relations Writing Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*, metode penulisan *press release* sesuai dengan format penulisan yang umum digunakan oleh media untuk penilaian, yaitu sebagai berikut:

Format penulisan *press release* yang sering dipakai sebagai standar penilaian media, diantaranya:

- 1) Menentukan satu tema (*Key-Issue* atau *News Values*)

- 2) Buat sesuai pola piramida terbalik,
- 3) *Release* harus informatif
- 4) Hindari pesan–pesan menjual
- 5) Paragraf singkat
- 6) Format: jangan ditulis tangan
- 7) Identifikasi
- 8) Tanggal *release*
- 9) Waktu pengirimaman
- 10) Pilih media pengiriman yang tepat
- 11) Pilih asesoris yang menarik
- 12) Undang media
- 13) Tulis eksklusif
- 14) Beri tanda di akhir *release*
- 15) Jangan salah ketik
- 16) Pertimbangkan rumus tujuh unsur
- 17) *Press release* di *website* bisa lebih detail dan Panjang

Untuk menulis *press release*, ada beberapa tahapan yang harus dilewati. Praktisi PR harus menulis dengan sistematika karena mereka harus menulis dengan baik. Dalam bukunya berjudul *Public Relations Writing Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*, Kriyantono (2012) menyatakan bahwa proses menulis *press release* biasanya terdiri dari:



- 1) Perencanaan (*Planning*) Tahap awal, perencanaan, menentukan proses penulisan lanjutan. Di sini, penulis berpikir tentang hal-hal dasar yang membantu tulisannya tetap fokus dan tidak terlalu luas.
- 2) Penulisan (*Organizing & Compossing*) Penulis menentukan corak penulisannya pada tahap perencanaan dan kemudian melaksanakan apa yang telah ditetapkan pada tahap penulisan..
- 3) Evaluasi (*Editing & Rewriting*) Pada tahap ini, hasil tulisan diperiksa. Setelah dibaca dua kali, tulisan baru biasanya terlihat tidak sempurna. Untuk mendapatkan hasil evaluasi yang baik, lebih baik meminta bantuan orang lain. Kami mungkin telah menggunakan kata-kata atau kalimat yang kasar dalam karya kami. Satu metode evaluasi adalah secara berkala. Tulisannya akan diperiksa kembali oleh *public relations*. Salah satu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat keterbacaan, yaitu apakah pembaca dapat memahami isi bacaan dengan mudah (bisa disebut studi keterbacaan), mengetahui alasan dan tingkat kepuasan pembaca terhadap informasi yang disampaikan, dan melakukan penelitian pembaca (termasuk preferensi, rubik favorit, atau pengawasan media).

### c. Peran *Press Release* Bagi Humas

*Press release* sangat penting untuk menyebarkan berita dan informasi tentang organisasi atau lembaga tertentu. Menurut Jefkin dalam Darmastuti (2012), *press release* tidak hanya terdiri dari tulisan pers tetapi juga dapat berupa artikel dan *caption* foto yang bernilai berita.

Dengan demikian, *press release* berfungsi sebagai media penyiaran humas untuk menyampaikan pesan kepada publik tentang semua informasi yang berkaitan dengan organisasi atau perusahaan. Hubungan baik ini akan meningkatkan opini publik tentang organisasi, yang pada gilirannya akan meningkatkan reputasi dan citra organisasi.

## 8. Informasi Publik

Tata kelola pemerintahan yang baik, yang mensyaratkan akuntabilitas, transparansi, dan partisipasi masyarakat dalam setiap proses terjadinya kebijakan publik, adalah apa yang menandai reformasi. Ditambah lagi, masyarakat sekarang dapat dengan mudah dan cepat mendapatkan informasi berkat kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Dalam situasi seperti ini, pemerintah harus lebih ramah masyarakat dan mudah memberikan informasi dan kebijakan penting. Selain itu, UU Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) mewajibkan

pemerintah untuk memberikan masyarakat informasi tentang operasi pemerintahan.

Menurut Undang-Undang Informasi Publik (KIP), informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, atau diterima oleh suatu badan publik dalam kaitannya dengan penyelenggaraan dan penyelenggaraan negara, atau badan publik lainnya yang sesuai dengan Undang-Undang ini, serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik.

Setiap lembaga pemerintah, termasuk pemerintah pusat dan pemerintah daerah (provinsi dan kabupaten/kota), diharuskan untuk memberikan informasi kepada masyarakat melalui metode penyebaran informasi, kecuali informasi yang diizinkan oleh undang-undang. Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) bertanggung jawab atas penyediaan informasi oleh badan publik pemerintah. PPID bertanggung jawab atas penyimpanan, dokumentasi, penyediaan, dan/atau layanan informasi..

Komisi Informasi dibentuk sebagai pelaksana lanjutan terkait UU KIP. Tugasnya termasuk menjalankan undang-undang dan peraturan pelaksanaannya dan menyelesaikan sengketa informasi publik melalui mediasi dan/atau ajudikasi nonlitigasi.

Dengan keterbukaan informasi, orang dapat berpartisipasi dalam berbagai kebijakan publik. Karena pemerintah dan lembaga publik diharuskan untuk memberikan informasi lengkap tentang

operasi mereka secara terbuka, transparan, dan akuntabel, kondisi ini juga dapat membantu membangun pemerintahan yang bersih dan baik.

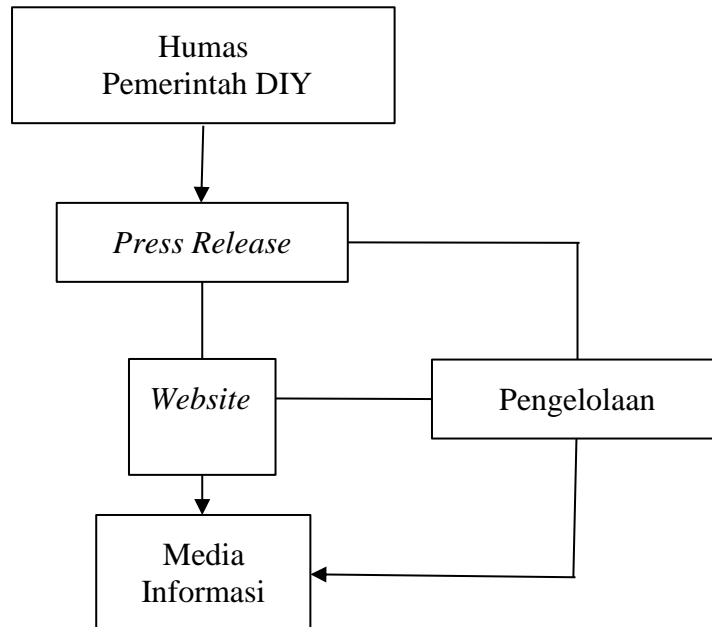
Kebebasan informasi dianggap sebagai semangat demokratisasi yang memberikan kebebasan dan tanggung jawab yang sama. Di satu sisi, kebebasan informasi harus meningkatkan akses publik terhadap informasi. Di sisi lain, kebebasan informasi juga dapat membantu pemerintah membuat keputusan strategis..

#### **G. KERANGKA PIKIR**

Keberadaan Humas dalam instansi Pemerintah DIY memiliki peran sebagai penghubung dan penyampaian pesan atau informasi antara pemerintah dan masyarakat, yang mana merupakan tugas, serta merupakan bentuk realisasi dari UU Keterbukaan Informasi Publik. Dalam hal ini Humas Instansi Pemerintah DIY menggunakan *press release* sebagai salah satu alat kehumasan untuk menyampaikan berbagai informasi penting kepada publik/masyarakat. Agar informasi bisa sampai kepada publik/masyarakat digunakanlah media publikasi online yakni *website* resmi milik Pemerintahan DIY. Oleh karena itu peneliti ingin mengkaji bagaimana pengelolaan *press release* pada *website* tersebut sehingga menjadi media informasi bagi masyarakat.

### Bagan 1

#### Kerangka Pikir



## H. METODELOGI PENELITIAN

### 1. Jenis Penelitian

Menurut Lexy J. Moleong (2009), penelitian deskriptif kualitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara keseluruhan dan dengan deskripsi menggunakan kata-kata dan bahasa dalam konteks alami. Jenis penelitian ini akan menggunakan berbagai metode alamiah. Oleh karena itu, laporan penelitian ini menyajikan kutipan data dari hasil wawancara, observasi, dan dokumen lainnya.

## 2. Tempat Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berlokasi pada Kantor Biro Umum, Humas dan Protokol Setda Daerah Istimewa Yogyakarta yang beralamat di Komplek, Jl. Malioboro, Kepatihan, Kecamatan. Danurejan, Kota Yogyakarta, (55213)

Penulis memilih melakukan penelitian pada kantor Biro Umum, Humas dan Protokol karena Humas merupakan sarana untuk menyampaikan informasi terkait kegiatan Pemerintah Daerah melalui media massa dan media *online*. Disini penulis ingin melihat apakah dalam penyampaian informasi terkait kegiatan pemerintah sudah berjalan dengan baik dan apakah informasi tersebut tersampaikan kepada masyarakat melalui media *online website* ([jogjaprovo.go.id](http://jogjaprovo.go.id)).

## 3. Data dan Sumber data

Data primer dan sekunder adalah jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut Lofland (Moleong, 2009), kata-kata dan tindakan adalah sumber data utama dalam penelitian kualitatif. Data tambahan, seperti dokumen, menyumbang sebagian besar. Data primer akan diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui wawancara dengan subjek selama proses penelitian. Data sekunder akan diperoleh melalui studi dokumentasi, seperti buku, jurnal, skripsi, dan internet, untuk mendukung penelitian.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

##### a. Wawancara

Wawancara merupakan alat efektif untuk mengumpulkan data sosial berupa informasi berupa manusia dan segala sesuatu yang mempengaruhi manusia, dan dapat berbentuk pendapat, keyakinan, perasaan, hasil pemikiran dan pengetahuan seseorang tentang segala sesuatu yang dipertanyakan berkaitan dengan masalah penelitian. Sasaran narasumber atau informan dalam wawancara penelitian ini adalah Kepala subbag Humas Pemda DIY. Peneliti mewawancarai kepala subbag Humas Pemda DIY untuk mengambil data mengenai pengelolaan *press release* sebagai media informasi Pemda DIY.

##### b. Observasi

Pada dasarnya observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu objek penelitian. Unsur-unsur yang tampak pada saat observasi disebut data atau informasi yang diamati dan dicatat dengan benar dan lengkap. Melakukan observasi atau pengamatan langsung mengenai proses pengelolaan *press release* pada *website* Pemda DIY sehingga dapat melengkapi data-data yang belum diperoleh dari hasil wawancara.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mengambil data-data dari catatan, dokumentasi, administrasi yang sesuai dengan masalah penelitian. Dokumentasi dilakukan peneliti dengan cara mencari dan mendokumentasikan segala informasi yang dapat mendukung penelitian mengenai pengelolaan *press release* oleh humas sebagai media informasi pada *website* Pemda DIY.

5. Teknik Pengambilan Sample

Teknik pengambilan sample yang akan dilaksanakan pada penelitian ini *nonprobability sampling (sampling purposive)*.

*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Atau dapat dikatakan bahwa *purposive sampling* merupakan teknik penarikan sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik yang ditetapkan terhadap elemen populasi target yang disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian. Dalam perumusan kriterianya, subjektivitas dan pengalaman peneliti sangat berperan. Penentuan kriteria ini dimungkinkan karena peneliti mempunyai pertimbangan pertimbangan tertentu didalam pengambilan sampelnya. Sugiyono, (Sirajuddin Saleh, 2017)



## 6. Teknik Analisis Data

Menurut Patton, analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Dengan demikian, analisis data pertama mengorganisasikan data. Data yang terkumpul dari catatan lapangan dan komentar peneliti, gambar, foto, dokumen berupa laporan, biografi, artikel dan sebagainya. Selanjutnya pekerjaan analisis data, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode dan mengkategorikannya setelah itu menarik kesimpulan. (Moleong, 2009).

Dalam penelitian ini, teknik analisis data akan dilakukan menggunakan model dari Miles dan Huberman. Pawito dalam bukunya Penelitian Kualitatif Kualitatif (Skripsi Ismanto, 2017) menjelaskan bahwa analisis data meliputi tiga alur yaitu:

### a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data terdiri dari tiga tahap. Pertama, data diubah, dikelompokkan, dan diringkaskan. Tahap kedua adalah menyusun catatan atau memo tentang proses penelitian sehingga peneliti dapat menemukan tema dan pola data. Selanjutnya, data digolongkan, diuraikan, diarahkan, dibuang, dan diorganisasikan sehingga sampai kesimpulan dan verifikasi.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Seluruh data lapangan, termasuk observasi, hasil wawancara, dan dokumentasi, akan dianalisis sesuai dengan teori-teori yang telah dipaparkan sebelumnya untuk memberikan deskripsi fenomena yang terjadi. Penampilan data ini akan memudahkan pemahaman fenomena. Berdasarkan masalah yang diidentifikasi, data disusun dan disajikan.

c. Penarikan Kesimpulan

Kegiatan penggambaran secara utuh dari objek yang diteliti pada proses penarikan kesimpulan berdasarkan penggabungan informasi yang telah disusun dalam suatu bentuk yang pas dengan penyajian data melalui informasi tersebut. Dengan demikian kesimpulan merupakan penegasan dari temuan penelitian yang telah dianalisis.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM BIRO HUMAS**

#### **A. Sejarah Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)**

Dalam konteks historis, Daerah Istimewa Yogyakarta didirikan sebagai Kasultanan Ngayogyakarta Hadiningrat setelah Perjanjian Giyanti tahun 1755. Mula-mula, suatu sistem pemerintahan yang teratur muncul di sini, dan kemudian berkembang menjadi Daerah Istimewa Yogyakarta, yang sekarang merupakan bagian dari Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Pangeran Mangkubumi mendirikan Kasultanan Ngayogyakarta Hadiningrat pada tahun 1755 dengan gelar Sultan Hamengku Buwono I. Pada tahun 1813, Pangeran Notokusumo, saudara Sultan Hamengku Buwono II, mendirikan Kadipaten Pakualaman dengan gelar Adipati Paku Alam I.

Kasultanan dan Kadipaten adalah pemerintahan kerajaan yang diakui kedaulatannya sejak berdirinya. Kontrak politik antara Sultan dan pemerintah kolonial Belanda pada tahun 1877, 1921, dan 1940 mengatur pemerintahan Kasultanan Yogyakarta. Ini menunjukkan bahwa Keraton bukan hanya tunduk pada Belanda. Kasultanan Ngayogyakarta Hadiningrat dan Kadipaten Pakualaman diberi wewenang oleh pemerintah Hindia Belanda untuk mengatur dan mengurus wilayah pemerintahannya sendiri, yang disebut sebagai *zifbesturende landschappen*. Kontrak politik terakhir Kasultanan Ngayogyakarta

ditemukan dalam Staatsblaad 1941 Nomor 47, dan kontrak politik Kadipaten Pakualaman ditemukan dalam Staatsblaad 1941 Nomor 577.

Pada masa pendudukan Jepang, Yogyakarta dikenal sebagai *Kooti* atau Daerah Istimewa dengan Sri Sultan Hamengku Buwono IX sebagai kepalanya. *Kooti* memiliki wilayah pemerintahan tertentu dengan pejabatnya.

Presiden Republik Indonesia (RI) diberitahu oleh Sri Sultan Hamengku Buwono IX dan Sri Paku Alam VIII bahwa Daerah Kasultanan Ngayogyakarta Hadiningrat dan Daerah Kadipaten Pakualaman akan bergabung menjadi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) setelah Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia (RI). Presiden Republik Indonesia bertanggung jawab langsung kepada Sri Sultan Hamengku Buwono IX dan Sri Paku Alam VIII sebagai Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah. Ini disampaikan dalam:

1. Piagam Kedudukan Sri Sultan Hamengku Buwono IX dan Sri Paku Alam VIII yang dikeluarkan oleh Presiden RI pada 19 Agustus 1945
2. Amanat Sri Sultan Hamengku Buwono IX dan Sri Paku Alam VIII pada 5 September 1945; dan  
Amanat Amanat Sri Sultan Hamengku Buwono IX dan Sri Paku Alam VIII pada 30 Oktober 1945.

Yogyakarta istimewa karena pengalamannya yang unik. Yogyakarta mengalami transformasi dari pemerintahan feodal dan tradisional ke pemerintahan modern.

Republik Indonesia dan DIY terkait erat dengan perkembangan dan dinamika negara. Dengan sejarah berdirinya sebagai bentuk pengintegrasian kerajaan ke dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia, entitas DIY memiliki aspek politis-yuridis.

Untuk menanggapi keberadaan DIY, Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah Istimewa Yogyakarta memberikan kewenangan untuk mengelola berbagai urusan pemerintahan dan urusan khusus. Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1955 (Lembaran Negara Tahun 1959 Nomor 71, Tambahan Lembaran Negara Nomor 1819), yang menambah dan mengubah undang-undang ini sekali lagi. Menurut undang-undang, DIY terdiri dari bekas Daerah Kasultanan Ngayogyakarta Hadiningrat dan Daerah Kadipaten Pakualaman. Keistimewaan DIY ditetapkan dalam setiap Undang-Undang yang mengatur pemerintahan daerah.

Pemerintah telah menetapkan Undang-Undang Nomor 13/2012 Tentang Keistimewaan DIY, yang disahkan pada tanggal 31 Agustus 2012 dan diundangkan pada tanggal 3 September 2012, untuk mengubah, menyesuaikan, dan menetapkan Keistimewaan DIY.

Tujuan dari Pengaturan Keistimewaan DIY adalah untuk menciptakan tata pemerintahan yang baik dan demokratis, ketentraman dan kesejahteraan bagi masyarakat, menjamin ke-bhineka-tunggal-ika-an, dan menetapkan peran dan tanggung jawab Kasultanan dan Kadipaten dalam menjaga dan mengembangkan budaya Yogyakarta, yang

merupakan warisan budaya bangsa. Akibatnya, keistimewaan DIY diletakkan pada tingkat pemerintah provinsi dengan mempertimbangkan aspek yuridis, sosiologis, dan historisnya.

Menurut Pasal 7 ayat 2 Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2012, kewenangan dalam urusan keistimewaan meliputi kelembagaan Pemerintah Daerah DIY, kebudayaan, pertanahan, dan tata ruang, serta tata cara pengisian jabatan, kedudukan, tugas, dan wewenang Gubernur dan Wakil Gubernur. Dengan demikian, pemerintah daerah memiliki kewenangan yang melebihi kewenangan yang diberikan oleh Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2012 dan Undang-Undang Nomor Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 32 tahun 2004, Gubernur berfungsi sebagai Kepala Daerah Otonom dan sebagai perwakilan pemerintah pusat di DIY.

## **B. Visi Misi Pemda DIY**

### 1. Visi

*Terwujudnya Peningkatan Kemuliaan Martabat Manusia Jogja*

### 2. Misi

Kemuliaan martabat manusia Jogja menyanggah Misi "Lima Kemuliaan" atau "Pancamulia", yakni:

- a. Terwujudnya peningkatan kualitas hidup - kehidupan - penghidupan masyarakat yang berkeadilan dan berkeadaban, melalui peningkatan kemampuan dan peningkatan ketrampilan sumberdaya manusia Jogja yang berdaya saing,

- b. Terwujudnya peningkatan kualitas dan keragaman kegiatan perekonomian masyarakat, serta penguatan ekonomi yang berbasis pada sumberdaya lokal (keunikan teritori ekonomi) untuk pertumbuhan pendapatan masyarakat sekaligus pertumbuhan ekonomi yang berkeadilan,
  - c. Terwujudnya peningkatan harmoni kehidupan bersama baik pada lingkup masyarakat maupun pada lingkup birokrasi atas dasar toleransi, tenggang rasa, kesantunan, dan kebersamaan,
  - d. Terwujudnya tata dan perilaku penyelenggaraan pemerintahan yang demokratis, dan
  - e. Terwujudnya perilaku bermartabat dari para aparatur sipil penyelenggara pemerintahan atas dasar tegaknya nilai-nilai integritas yang menjunjung tinggi kejujuran, nurani rasa malu, nurani rasa bersalah dan berdosa
3. Tujuan Pembangunan DIY untuk Lima Tahun Mendatang:
- a. Yogyakarta akan berpartisipasi secara aktif dalam mengisi perjanjian yang telah dibuat oleh pemerintah Indonesia dalam rangka Perjanjian IORA (Indian Ocean Rim Association), yang bertujuan untuk mengembangkan Wilayah Selatan Yogyakarta semata-mata untuk meningkatkan harkat dan martabat manusia Jogja secara keseluruhan, baik yang tinggal di Wilayah Selatan maupun di seluruh wilayah Yogyakarta. Peningkatan harkat dan

- martabat manusia Jogja mencakup pengembangan wilayah-wilayah di seluruh Yogyakarta, termasuk tetapi tidak terbatas pada
- b. Untuk meningkatkan martabat manusia Jogja, semangat "Perjumpaan" dan "Silang Ekonomi" akan digunakan sebagai strategi kebudayaan untuk mengatasi kesenjangan dan kemiskinan yang masih ada di wilayah Yogyakarta secara keseluruhan. Strategi ini akan melibatkan pertemuan dan saling silang antara pelaku ekonomi kuat dengan pelaku ekonomi lemah, antara pelaku ekonomi perkotaan dengan pelaku ekonomi perdesaan, dan antara pelaku ekonomi modern dengan pelaku ekonomi pedesaan. Dengan kata lain, melalui penerapan "Strategi Perjumpaan dan Saling Silang", pembangunan ekonomi wilayah Yogyakarta diharapkan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan juga mampu meningkatkan pendapatan masyarakat, khususnya mereka yang berpenghasilan rendah dan kurang beruntung.
  - c. Ide-ide "Perjumpaan" dan "Silang Keruangan Wilayah" akan digunakan sebagai strategi untuk memajukan wilayah pinggiran melalui silang infrastruktur wilayah, sehingga interkoneksi antara permukiman-permukiman terpencil dengan pusat-pusat pelayanan masyarakat akan dibangun dengan baik. Ini terutama berlaku untuk wilayah yang tersulit karena faktor topografi.
  - d. Semangat "Perjumpaan" dan "Silang Birokrasi" akan digunakan sebagai strategi untuk menciptakan program-program besar yang



- memiliki kapasitas dan dampak yang signifikan terhadap perubahan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Untuk tujuan ini, program-program kecil berbiaya besar harus dikurangi, dan kemudian diganti dengan program-program besar berdampak besar melalui program-program berbasis "Silang SKPD". Dengan kata lain, program-program yang berfokus pada peningkatan kesejahteraan masyarakat
- e. Untuk membangun tata kelola pemerintahan yang demokratis, akan digunakan "strategi silang vertikal" (keterbukaan di dalam SKPD), "strategi silang horisontal" (keterbukaan di antara SKPD), dan "strategi silang heterarki" (gabungan keterbukaan vertikal dan horisontal antar SKPD).
  - f. Untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia aparatur sipil negara, semangat "Perjumpaan" dan "Silang Kelembagaan" akan diterapkan. Strategi ini akan melibatkan "silang belajar" ke lembaga-lembaga lain, baik di dalam maupun di luar Lembaga Pemerintahan DIY, seperti lembaga pendidikan tinggi, lembaga swadaya masyarakat, lembaga perekonomian swasta, dan belajar dari pengalaman daerah dan negara lain. Ini akan membentuk "Tri Dalam Trilogi SDM-DIY, etika mewakili tujuan
  - g. Strategi "Perjumpaan" dan "Silang Budaya" akan digunakan untuk meningkatkan keseimbangan kehidupan masyarakat Yogyakarta melalui program-program saling silang antara budaya

Jawa dan budaya etnik lain yang ada di Yogyakarta; kedua, antara budaya Jawa dan budaya antar bangsa, termasuk budaya bangsa yang tergabung dalam IORA (Yogyakarta berpotensi berfungsi sebagai "Hub" atau pusat budaya IORA); dan ketiga, menjalin silaturahmi antara budaya Jawa dan

### C. Lambang Daerah Istimewa Yogyakarta

#### Gambar II.1

Logo Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta



Sumber : <https://jogjaprov.go.id/>

## 1. Bentuk Lambang

- a. Bentuk Dasar Lambang Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta adalah bulat (lingkaran).
- b. Bagian yang menonjol dari bentuk dasar adalah seperti separo bagian atas bintang, ompak, atau pita bertuliskan "YOGYAKARTA".
- c. Ukuran garis tengah lingkaran 30 dan ukuran bagian yang menonjol 40.

## 2. Arti Dan Makna Lambang Daerah

### a. Landasan Idiil Pancasila:

- 1) Tuhan Yang Maha Esa digambarkan dalam bintang perseg lima emas,
- 2) Perikemanusiaan digambarkan dalam tugu (saka guru) di sayap,
- 3) Persatuan digambarkan dalam bulatan (lingkaran) merah dengan lingkaran putih di sekelilingnya,
- 4) Rakyat digambarkan dalam ompak dengan tatahan bunga teratai,
- 5) Keadilan sosial digambarkan dalam padi dan kapas.

- b. Ilustrasi Landasan Struktural UU 1945 terdiri dari 17 kuntum bunga kapas, 8 daun kapas, dan 45 butir padi sewuli..

- 1) Dalam bahasa Jawa, bulatan disebut "golong" dan tugu silinder disebut "gilig", sehingga kombinasi kedua gambar melambangkan semangat gotong royong.
- 2) Nilai-nilai keagamaan pendidikan dan kebudayaan dilukiskan dalam gambar bintang emas persegi lima, bunga melati yang mencapai bintang dengan daun kelopak 3 helai.
- 3) Warna merah dan putih menunjukkan semangat perjuangan dan kepahlawanan, dengan tugu tegak lurus yang menunjukkan perjuangan yang gigih untuk mencapai tujuan yang suci.
- 4) Semangat perjuangan dan kepahlawanan dilukiskan dalam gambar warna merah dan putih dengan gambar tugu tegak lurus, berarti dengan jiwa yang teguh berjuang dengan gagah berani mencapai tujuan yang suci.
- 5) Semangat pembangunan digambarkan dalam tataan miring soko guru, yang merupakan tataan khas Yogyakarta, yang berarti menghias dan membangun dengan memperlengkapi diri dengan alat yang tidak ada sebelumnya.
- 6) Semangat pembangunan dilukiskan dalam gambar tataan miring pada soko guru, tataan spesifik Yogyakarta, yang berarti menghias, membangun diidentikkan dengan menghias memperlengkapi dengan alat-alat yang tak dimiliki sebelumnya.

- 7) Sayap mengembang berbulu dengan 9 helai di bagian luar dan 8 helai di bagian dalam menceritakan sejarah pembentukan Daerah Istimewa Yogyakarta dan peran Sri Sultan Hamengku Buwono IX dan Sri Paduka Paku Alam VIII. Pada tanggal 5 September 1945, mereka membuat keputusan untuk menggabungkan wilayah Kasultanan Yogyakarta dan Kadipaten Pakualaman menjadi Daerah Istimewa Yogyakarta.
- 8) Sejarah terbentuknya Daerah Istimewa Yogyakarta dilukiskan dengan sayap mengembang berbulu 9 helai di bagian luar dan 8 helai di bagian dalam, menggambarkan peranan Sri Sultan Hamengku Buwono IX dan Sri Paduka Paku Alam VIII, yang pada tanggal 5 September 1945 mengeluarkan amanatnya untuk menggabungkan daerah Kasultanan Yogyakarta dan Kadipaten Pakualaman menjadi Daerah Istimewa Yogyakarta.
- 9) Untuk menggambarkan kesuburan alam (hijau) dan kesuburan jiwa (bunga teratai), warna hijau tua dan hijau muda digunakan untuk menggambarkan keadaan alam.
- 10) Keadaan alam dilukiskan dalam gambar warna-warna hijau tua dan hijau muda dan lukisan bentuk stilis bunga teratai, untuk menggambarkan kesuburan alam (hijau) dan kesuburan jiwa (bunga teratai).
- 11) Menurut Candrasengkala, "RASA SUKA NGESTI PRADJA" didirikan pada tahun 1786 dan diubah menjadi

"YOGYAKARTA TRUS MANDIRI" pada tahun 1945. Dalam rangkaian kata, ini berbunyi sebagai "RASA SUKA NGESTI PRADJA YOGYAKARTA TRUS MANDIRI", yang berarti, "DENGAN RASA GEMBIRA MEMBANGUN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA YANG BAIK DAN SELAMAT TRUS BERDIRI TEGAK

12) Candrasengkala: "RASA SUKA NGESTI PRADJA "tahun 1786 Surja sengkala: "YOGYAKARTA TRUS MANDIRI "tahun 1945 sehingga bila dirangkaikakan seluruhnya berbunyi: "RASA SUKA NGESTI PRADJA YOGYAKARTA TRUS MANDIRI" yang berarti: "DENGAN RASA GEMBIRA MEMBANGUN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA YANG BAIK DAN SELAMAT TRUS BERDIRI TEGAK".

13) Persatuan dan kesatuan Indonesia yang kokoh kuat dilukiskan dalam gambar lingkaran/bulatan dan tugu yang tegak lurus, menggambarkan falsafah hidup yang selalu golong gilig.

14) Persatuan dan kesatuan Indonesia yang kokoh kuat dilukiskan dalam gambar lingkaran/bulatan dan tugu yang tegak lurus, menggambarkan falsafah hidup yang selalu golong gilig.

15) Masyarakat yang adil dan makmur yang didasarkan pada Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 digambarkan dalam bentuk padi sewuli dengan 45 butir padi (pangan) dan kapas yang berbunga 17 kuntum dan berdasar 8 helai. Angka-angka ini menggambarkan tanggal 17 Agustus 1945, tanggal proklamasi Republik Indonesia, dan menggambarkan falsafah hidup yang selalu berdiri.

16) Masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945, dilukiskan dalam gambar padi sewuli dengan 45 butir padi (pangan) dan kapas yang berbunga 17 kuntum dan berdasar 8 helai, angka-angka mana menggambarkan angka 17 Agustus 1945 yaitu tanggal proklamasi dari Negara Kesatuan Republik Indonesia yang ber-Undang-Undang Dasar 1945.

3. Warna dan Artinya:

- a. Kuning emas menunjukkan keluhuran, keagungan, dan kemashuran;
- b. Kuning tua menunjukkan keluhuran, keagungan, dan kemashuran;
- c. Hijau tua menunjukkan kesuburan dan harapan;
- d. Hijau muda menunjukkan kesuburan dan harapan;
- e. Merah menunjukkan keberanian;

- f. Putih menunjukkan keasucian; dan hitam menunjukkan keabadian.

#### **D. Biro Umum Humas dan Protokol Setda DIY**

Untuk mendukung urusan umum, kehumasan, dan protokol, Biro Umum Humas dan Protokol bertanggung jawab. Sebagai lembaga yang fungsi utamanya adalah melayani pimpinan dan tamu pemerintah daerah, mereka dituntut untuk memberikan pelayanan yang optimal untuk mencapai misi Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta, yaitu meningkatkan tata kelola pemerintahan yang baik ke arah katalisator yang mampu mengelola pemerintahan secara efisien, efektif, dan mampu menggerakkan dan mendorong dunia usaha dan masyarakat ke arah yang lebih mandiri. Visi Daerah Istimewa Yogyakarta adalah masyarakat yang mandiri.

Sebelumnya, Biro Umum Humas dan Protokol ditetapkan berdasarkan Peraturan Gubernur nomor 53 tahun 2018 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Sekretariat Daerah. Namun karena adanya Over Lapping ketugasan dan fungsi dengan dinas lain yaitu Dinas Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dan Dinas Perpustakaan dan Arsip Daerah (DPAD), sehingga perlu dilakukan revisi terhadap Peraturan Gubernur Nomor 53 tahun 2018. Atas dasar hal tersebut, maka ditetapkan Peraturan Gubernur Nomor 15 tahun 2020 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta.



## **E. Visi Misi Biro Umum Humas dan Protokol Setda DIY**

### 1. Visi

Terwujudnya Peningkatan Kemuliaan Martabat Manusia Jogja

### 2. Misi

Kemuliaan martabat manusia Jogja menyanggah Misi "Lima Kemuliaan" atau "Pancamulia", yakni:

- a. Meningkatkan kualitas hidup dan kehidupan masyarakat yang berkeadilan dan berkeadaban melalui peningkatan kapasitas dan keterampilan sumber daya manusia Jogja yang kompetitif.
- b. Peningkatan kualitas dan keragaman kegiatan perekonomian masyarakat serta penguatan ekonomi yang berbasis sumber daya lokal, atau keunikan teritori ekonomi, untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan meningkatkan keadilan ekonomi.
- c. Perbaikan harmoni dalam masyarakat dan birokrasi berdasarkan toleransi, tenggang rasa, kesantunan, dan kebersamaan.
- d. Perbaikan tata pemerintahan demokratis; dan
- e. Perilaku bermartabat dari para aparatur sipil penyelenggara pemerintahan berdasarkan nilai-nilai integritas yang menjunjung tinggi kejujuran, rasa malu, rasa bersalah, dan bertanggung jawab.

## **F. Tugas Pokok dan Fungsi Biro Umum Humas dan Protokol Setda DIY**

Menurut Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 136 Tahun 2021 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi, dan Tata Kerja, Sekretariat Daerah, Biro Umum, Hubungan

Masyarakat, dan Protokol, ditugaskan untuk mendukung perumusan kebijakan strategis bidang umum, kehumasan, dan protokol. Untuk melakukannya, Biro Umum, Hubungan Masyarakat, dan Protokol memiliki fungsi:

1. Penyusunan program kerja Biro Umum, Hubungan Masyarakat, dan Protokol;
2. Penyiapan pelayanan bidang administrasi perkantoran, tata usaha pimpinan, rumah tangga, kendaraan, kehumasan, serta keprotokolan;
3. Pelaksanaan, pemantauan, dan evaluasi pelayanan bidang administrasi perkantoran;
4. Penyiapan bahan koordinasi bidang administrasi perkantoran, tata usaha pimpinan, rumah tangga, kendaraan, kehumasan, serta keprotokolan;
5. Penyelenggaraan pelayanan kehumasan Pemerintah Daerah;
6. Penyelenggaraan pelayanan keprotokolan dan tamu Pemerintah Daerah;
7. Penyelenggaraan kerumahtanggaan Sekretariat Daerah;
8. Pengelolaan sarana dan prasarana Sekretariat Daerah;
9. Pelaksanaan kegiatan ketatausahaan pimpinan Pemerintah Daerah;
10. Pembinaan dan penyelenggaraan kearsipan Sekretariat Daerah;
11. Fasilitasi pelantikan Gubernur dan Wakil Gubernur;
12. Pemantauan dan pengevaluasian pelaksanaan kebijakan bidang administrasi perkantoran, tata usaha pimpinan, rumah tangga, kendaraan, hubungan masyarakat, serta keprotokolan;
13. Penyusunan laporan pelaksanaan tugas Biro;

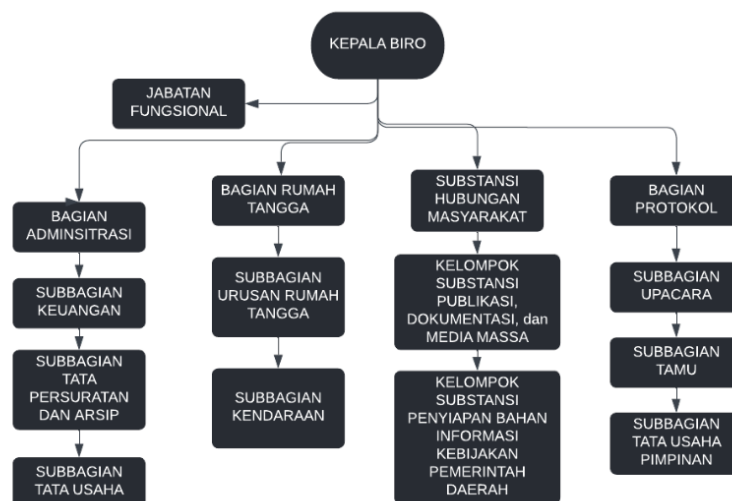
## 14. Pelaksanaan kegiatan

**G. Struktur Biro Umum Humas dan Protokol Setda DIY**

Berdasarkan Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 136 Tahun 2021 tentang Kedudukann, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi, dan Tata Kerja Sekretariat Daerah. Susunan Organisasi Biro Umum, Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta Sebagai Berikut:

**Gambar II.2**

Struktur Biro Umum Humas dan Protokol



Sumber : <http://biroumum.jogjaprov.go.id/>

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan data dan analisis data pada bab sebelumnya mengenai Pengelolaan *Press Release* pada kantor Pemda DIY, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut:

1. *Press release* pada Kantor Humas Pemda DIY dituliskan oleh Subbag Publikasi, Dokumentasi dan Media Massa. *Press release* yang dituliskan biasanya diposting pada media massa (*facebook, Instagram, tiktok, twitter*) dan media online (*jogjaprovo.go.id*) Pemda DIY
2. Proses pengelolaan *press release* pada website Kantor Pemda DIY sudah memberikan informasi kepada masyarakat dengan lengkap dan akurat. Proses pengelolaan sendiri menggunakan konsep jurnalistik online yaitu peliputan, disini Kepala Subbag Humas membuat tim dengan tiga orang yang akan melakukan proses peliputan kegiatan, reporter yang akan merekam dan mewawancarai narasumber untuk membuat *press release*, dokumentasi untuk mengambil gambar kegiatan melengkapi *press release*, serta pengambilan video untuk konten pada media sosial.
3. Penulisan dan penyajian *press release* pada Kantor Pemda DIY jurnalis akan mengumpulkan data hasil peliputan jurnalis langsung menulis *press release*. Penulisan *press release* sendiri

menggunakan penulisan bahasa lisan, namun ketentuan gaya penulisan jurnalistik setiap kata yang digunakan singkat padat jelas dan menarik, mengandung unsur 5W 1H, menggunakan penulisan piramida terbalik. proses *upload*, *press relase* yang sudah jadi akan dikoreksi lagi untuk melihat tiap paragraf terkait penggunaan bahasa dan kesalahan dalam pengetikan. setelah dikoreksi dan siap dimuat pada *website* Pemda DIY. Humas juga membagi hasil peliputan pada grup *whatsapp* wartawan kepatihan media cetak maupun media massa yang tidak sempat melakukan peliputan. hal ini untuk memperluas penyampain informasinya kepada masyarakat

4. *Press release* pada Kantor Pemda DIY merupakan sarana/saluran penyampaian informasi kegiatan terkait dengan Pemerintah, Gubernur, Wakil Gubernur dan Sekretaris Daerah DIY kepada masyarakat.

## **B. SARAN**

Berdasarkan penelitian di atas, penulis menyarankan sebagai berikut:

1. Kepada humas Pemda DIY lebih memaksimalkan lagi dalam penyampaian berita pada akun media online website, dalam penyampaian tidak hanya seputaran Pemda saja. untuk penulisan sendiri terlihat serimonial humas harus merubah cara pemberitaan agar tulisan tidak terpaku pada sambutan, dan beberapa berita pada *website* masih terdapat berita yang tidak ada tampilan gambar kegiatan.

2. Humas Pemda DIY dalam menyajikan *press release* sebaiknya penulisan *press release* tidak terlalu Panjang. Pada akun media online *website jogjaprov.go.id* beberapa berita terlihat terlalu Panjang dapat membuat masyarakat bosan membacanya.
3. Kepada mahasiswa yang ingin meneliti selanjutnya, peneliti berharap dapat menggunakan teori atau persektif yang berbeda dengan penelitian ini sehingga mendapatkn hasil yang lebih efektif lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2013. *Handbook of Public Relations*. Bandung: Simbiosia
- Ardianto, Elvinaro dan Soemirat, Soleh. (2010). *Dasar – Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Romli, Asep Syamsul M. 2014 *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa Cendikia
- Romli, Asep Syamsul M..2018. *jurnalistik online. (Panduan mengelola media online)*. Nuansa Cendekia
- Butterick, Keith. 2012. *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Cutlip, Center, Broom. 2009. *Effektive Public Relations*. Jakarta: Kencana
- Effendy, Onong Uchjana. 1992. *Humas Suatu Studi Komunikologis*. Bandung. PT. Remaja Rosda
- Suryawati, Indah. 2014. *Jurnalistik Suatu Pengantar*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Kriyantono, R. 2012. *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Relations dan publisitas Korporat*. Jakarta. Kencana.
- Moleong, Lexy J. 2009. *Metode Penelitian kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Suyuthi, Nurmadhani Fitri, dkk. 2020. *Dasar – Dasar Manajemen: Teori, Tujuan dan Fungsi*. Yayasan Kita Menulis.
- Ruslan, Rosady. 2014. *Manajemen Humas dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Saputra, Wahidin & Nasrullah, Rulli. 2011. *Public Relations: Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*. Depok: Gramata Publishing
- Sirajuddin Saleh. 2017. *Analisis Data Kualitatif*. Bandung: Pustaka Ramadhan
- Tolapa, Minarni. 2018. *Peran press release sebagai bentuk penyebaran informasi publik di bagian humas Pemerintah Kota Gorontalo*. Universitas Ichsan Gorontalo

- Gandariani, Titis. 2016. “*Public relations* dan kemampuan menulis *press release* sebagai publisitas korporat. Hubungan Masyarakat Politeknik LP3I Jakarta
- Purnama, Novi. 2017. *Press release* sebagai wahana menyampaikan informasi kepada publik dalam aktivitas kampanye politik. Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sultan Fatah Demak
- Ismanto. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempromosikan Produk Melalui Media Online (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Distro Anime Maximono Yogyakarta). Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Program studi Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta.

Sumber lain:

<http://sandihasanudin.blogspot.com/2017/04/humas-pemerintahan-tujuan-tugas-dan.html>

<https://www.mkri.id/index.php?page=web.InformasiPublik&menu=11>

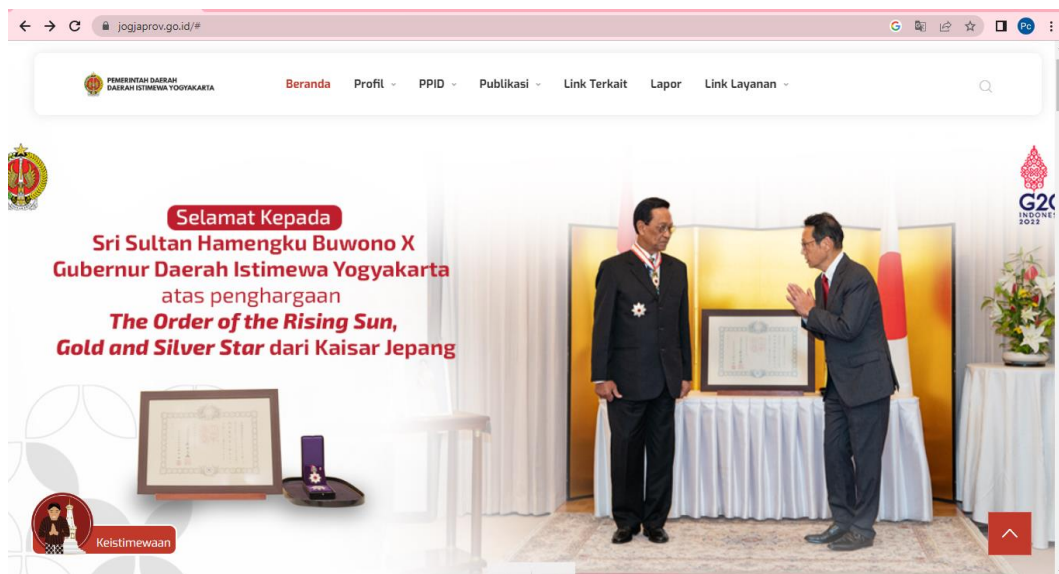


# LAMPIRAN

**LAMPIRAN 1****PANDUAN WAWANCARA**

1. Bentuk publikasi apa saja yang digunakan oleh Humas Pemprov DIY?
2. Media apa sejauh ini yang digunakan oleh Humas, sebagai bentuk publikasi?
3. Apa saja isi dari website Pemprov DIY?
4. Bagaimana proses pengelolaan *press realese*?
5. Bagaimana penyampaian *press release* pada website Pemprov Yogyakarta?
6. Bagaimana sistematika penulisan *press release*?
7. Apakah setiap *press release* selalu di muat pada website?
8. Siapa saja yang terlibat dalam mengadakan *press release*?
9. Bentuk *press release* apa saja yang selalu dimuat pada website Pemprov DIY?
10. Tujuan apa yang ingin dicapai Humas Pemprov DIY dalam aktivitas publikasi?
11. Bagaimana cara Humas Pemprov DIY dalam menanggapi tanggapan masyarakat?

## LAMPIRAN 2

Tampilan *website* Pemda DIY

## LAMPIRAN 3

**Contoh *Press release Basic publicity release***  
**Pemberitaan pada *website* Pemda DIY**

The screenshot shows the official website of the Government of Yogyakarta (Pemda DIY). The article is titled "Berperan Kendalikan Inflasi, Jambi Belajar Pertanian Dari DIY" and is dated 09/05/2023. The text discusses the role of agriculture in controlling inflation and mentions that the Governor of DIY, Sri Sultan Hamengku Buwono X, is interested in learning from Jambi. It also mentions that the Governor of Jambi, Al Haris, is interested in learning from DIY. The article is written by Humas DIY and is categorized under "Berita".

**Pemberitaan pada Bernas id**

The screenshot shows the BERNAS.id website, which is a national news portal. The article is titled "Jambi Ingin Belajar Pertanian DIY Karena Berperan Kendalikan Inflasi" and is dated May 9, 2023. The article is written by Paulus Yesaya Jati. The main image shows two men sitting at a table, engaged in a conversation. The article is categorized under "DIY" and "Jambi Ingin Belajar Pertanian DIY karena Berperan Kendalikan Inflasi". The website also features a search bar and a navigation menu with categories like Home, News, Bisnis, Lifestyle, UMKM, Digital, Pendidikan, Inspirasi, Budaya, and More.

## LAMPIRAN 4

Contoh *Press release* *Product release*

16 Jun 2023

Humas DIV Berita.

### Launching Di Sarinah, JIBB 2023 Lebih Menasional

Yogyakarta (16/06/2023) jogjaprov.go.id – *Jogja International Batik Biennale* (JIBB) digelar setiap dua tahun sekali. Salah satu fungsinya adalah sebagai bentuk pertanggungjawaban Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang telah ditetapkan menjadi Kota Batik Dunia. Penetapan ini dilakukan oleh Dewan Kerajinan Dunia (*World Craft Council*) pada tanggal 18 Oktober 2014. Tahun lalu JIBB mengangkat tema "*Borderless Batik*" dengan sub-tema "*From Heritage to Millennial's Life Style*". Diharapkan dapat berkontribusi pada pemulihan ekonomi berbasis kegiatan membuat dengan beragam ikutannya. Tahun 2023 ini, launching JIBB akan digelar di Sarinah, Jakarta pada 23 Juni mendatang.

"Kita selalu melakukan inovasi untuk JIBB. Tahun ini lebih menasional dengan adanya *launching* di Jakarta dengan mengundang tokoh nasional dan internasional," ungkap Gatot Saptadi saat bertemu dengan Wakil Gubernur DIY, KGPAA Paku Alam X bersama rombongan panitia JIBB di Pareanom, Kompleks Kepatihan, Yogyakarta, Jumat (16/06). Adanya kegiatan di Jakarta ini diharapkan bisa menjadi ajang promosi wajah Yogyakarta sebagai Kota Batik Dunia dan daur hidup batik. Rangkaian acara untuk mengisi getaran JIBB 2023 antara lain adalah pertunjukan tari dan seminar.

Keistimewaan

...sambut baik rangkaian kegiatan JIBB serta menyampaikan apresiasi kepada panitia yang telah bekerja untuk mewujudkan even ini. Namun, Sri Paduka berharap JIBB juga memberikan dampak nyata kepada

Search

Cari berita disini...

Kategori

- ▶ Kesehatan
- ▶ Kemasyarakatan
- ▶ Pendidikan
- ▶ Tanggap Darurat
- ▶ Video Jogja
- ▶ Pariwisata
- ▶ Layanan