

**STRATEGI HUMAS SATUAN POLISI PAMONG PRAJA KOTA
PALEMBANG DALAM MENINGKATKAN CITRA DI MASYARAKAT**



**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata I Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

DISUSUN OLEH:

SELIA VEVONIK SLARA

NIM. 13 51 0048

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

RADEN FATAH PALEMBANG

2018

NOTA PEMBIMBING

Hal : Persetujuan Ujian Munaqosah

**Kepada Yth,
Bapak Dekan Fakultas Dakwah dan
Komunikasi UIN Raden Fatah**

**di-
Palembang**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,

Setelah kami periksa dan diadakan perbaikan-perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Selia Vevonik Slara NIM: 13510048, yang berjudul: **"Strategi Humas Satuan Polisi Pamong Praja KotaPalembang dalam Meningkatkan Citra di Masyarakat"** telah dapat diajukan dalam sidang munaqosah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Demikianlah hal ini disampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Palembang, 19 Januari 2018

Pembimbing I



Dr. Achmad Syarifuddin, MA.

NIP. 197311102000031003

Pembimbing II



Muslimin, M. Kom. I

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Selia Vevonik Slara
Nim : 13 51 0048
Fakultas / Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Strategi Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota
Palembang dalam Meningkatkan Citra di Masyarakat.

Telah di munaqosahkan dalam sidang terbuka Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Hari/ Tanggal : Rabu, 28 Februari 2018
Tempat : Ruang Sidang Munaqosah Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Raden Fatah Palembang.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) pada jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Konsentrasi Hubungan Masyarakat.

Palembang, 15 Maret 2018



DEKAN

Dr. Kusnadi, MA

NIP. 197108192000031002

TIM PENGUJI

Ketua



Manalullali, M. Ed

NIP. 197204152003122003

Sekretaris



Anang Walian, MA. HUM

NIDN. 2005048701

Penguji I



Dra. Dalinur M. Nur, MM.

NIP. 195704121986032003

Penguji II



Candra Darmawan, M.Hum

NIP. 197306071998031004

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Selia Vevonik Slara
Tempat & Tanggal Lahir : Padang, 16 Mei 1995
NIM : 13510048
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Bimbingan Penyuluhan Islam
Judul Skripsi : **Strategi Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang dalam Meningkatkan Citra di Masyarakat.**

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan, dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, serta pemikiran saya dengan pengarahan pembimbing yang ditetapkan.
2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis, baik di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidak benaran dalam pernyataan tersebut di atas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar akademik yang saya peroleh melalui pengajuan skripsi ini.

Palembang, 10 Januari 2018
METERAI TEMPEL
100B2CAEF71750348
6000
ENAM RIBURUPIAH
Selia Vevonik Slara
NIM: 13510048

Motto

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan “

(Qs. Al-Insyirah ayat 5)

Dengan mengharap ridho dari Allah SWT, skripsi ini ku persembahkan untuk:

1. Ayahanda Ku Musran Dan Ibunda Ku Juliar yang selalu memberikan yang terbaik dalam segala hal. Memberikan dorongan materi dan moral dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kakakku Novi Susanti, Seprul Fatmi, Maizal Saputra, Adikku Dicky Wahyudi, Ponakanku M. Syafiqri, dan Rizki Rahmadhani yang menjadi penyemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kedua Dosen Pembimbing Yang Terhormat Bapak Dr. Achmad Syarifuddin, MA. dan Bapak Muslimin, M. Kom. I
4. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
5. Sahabat-sahabatku seluruh jurusan Komunikasi Penyiaran Islam terkhusus Siti Hardianti, Santi Purnama, dan M. Muslimin Akbar.
6. Seluruh rekan-rekan satu Almamater UIN Raden Fatah.
7. Nusa, Bangsa, Agama dan Almamaterku UIN Raden Fatah Palembang.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah menganugerahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga dapat terselesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW. Keluarga dan para sahabat serta para kaum muslimin yang telah berjihad meletakkan sendi-sendi dasar agama Islam sebagai petunjuk dan pedoman bagi hidup manusia di muka bumi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak sedikit bantuan yang penulis terima dari dosen, keluarga, teman-teman penulis, baik bantuan moril maupun materil. Bantuan tersebut telah meringankan beban penulis sehingga terselesaikannya skripsi yang berjudul **“STRATEGI HUMAS SATUAN POLISI PAMONG PRAJA KOTA PALEMBANG DALAM MENINGKATKAN CITRA DI MASYARAKAT”** penulis menyadari dalam menyelesaikan skripsi ini banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu diucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Rektor UIN Raden Fatah Palembang Bapak Prof. Dr. Muhammad Sirozi, Ph.D Yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada saya untuk menimba ilmu di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.
2. Bapak Dr. Kusnadi, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komuikasi UIN Raden Fatah Palembang, dan sekaligus menjadi pembimbing akademik

- yang telah membantu memberikan masukan, dorongan dan melengkapi kekurangan yang ada, semangat dan do'a dalam penyelesaian skripsi dan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
3. Bapak Dr. Achmad Syarifuddin, MA. selaku pembimbing satu yang telah banyak membantu memberikan masukan, dorongan tentang isi skripsi ini serta semangat, dukungan dan do'a.
 4. Bapak Muslimin, M. Kom. I selaku pembimbing dua yang selalu memberikan nasihat, semangat, dukungan dan do'a.
 5. Ketua jurusan Komunikasi Penyiaran Islam ibu Anita Trisiah, M. Sc dan Sekretaris jurusan Bapak Muslimin, M. Kom. I yang tidak henti-hentinya mendengarkan keluh kesah kami serta selalu memberikan masukan dan motivasi untuk mendorong untuk menyelesaikan skripsi ini.
 6. Bapak-bapak dan Ibu-ibu dosen serta staf pegawai Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang yang telah memberikan ilmu pengetahuannya dan memberikan kelancaran dalam penyelesaian skripsi dan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
 7. Kepada pihak perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan perpustakaan Pusat yang sudah bersedia dan memberi izin dalam peminjaman buku.

8. Terima kasih kepada Kepala Satpol PP Kota Palembang yang telah memberikan izin penelitian kepada saya sehingga penelitian saya selesai tepat waktu.
9. Terima kasih kepada Bapak-bapak dan Ibu-ibu dosen serta staf pegawai Satpol PP Kota Palembang yang telah memberikan informasi yang berkaitan dengan penelitian.
10. Terimakasih buat teman-teman seperjuangan KPI 2013 terkhusus teman-teman saya Siti Hardianti, Santi Purnama, Puspita Dwi Handayani, Tri Indah Lestari, Ria Oktaviani, Rizki Yuliani, Muhammad Muslimin Akbar, Zulham Hidayat, Roni Sianturi, Rahmat Hidayat, Mukhsinin dan seluruh teman-teman Komunikasi Penyiaran Islam lainnya.
11. Terimakasih buat teman-teman kost Desy Liani, Ade Juita, Ririn, Icha dan Kiki yang telah memberikan motivasi dan semangat selama ini.

Semoga semua do'a dan bantuan yang telah diberikan akan diberi pahala yang berlimpah oleh Allah SWT. Penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat.

Amiin Ya robbal 'alamiin.

Palembang, 19 Januari 2018

Penulis,



Selia Vevonik Slara
NIM. 13510048

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL NOTA PEMBIMBING.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka.	6
F. Kerangka Teori.....	8
G. Metodologi Penelitian	13
H. Sistematika Penulisan.....	16

BAB II TINJAUAN TEORI

A. Definisi Humas	17
B. Fungsi Humas	20
C. Peran, Ruang Lingkup dan Sasaran Kegiatan	21
D. Strategi Humas	26
E. Pembentukan Citra	30

BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Satpol PP	36
B. Sejarah Singkat Satpol PP Kota Palembang	38
C. Visi Dan Misi	39
D. Struktur Organisasi	41
E. Tugas, Fungsi dan Kewenangan	42
F. Jumlah Keseluruhan Anggota Satpol PP	55

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Humas Satpol PP Kota Palembang dalam Meningkatkan Citra di Masyarakat ..	57
B. Strategi Humas Satpol PP Kota Palembang dalam Meningkatkan Citra di masyarakat.....	60
1. <i>Fact finding</i> (Menentukan Masalah)	62
2. Perencanaan	63

a. Memperbaiki Citra dengan Melalui Media	64
b. Pengemanaan <i>Asian Games</i>	66
c. <i>Humasnis</i> (Memanusiakan Manusia)	68
3. Komunikasi	68
a. Komunikasi Antarpribadi	69
b. Komunikasi Massa	70
4. Evaluasi	71
C. Hasil Penelitian	77

BAB V PENUTUP

A. Simpulan.....	86
B. Saran	87

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Jumlah Pegawai PNS Satpol PP Kota Palembang	55
Tabel 4.1. Hasil Wawancara dengan Sub Bagian Satpol PP.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Proses Pembentukan Citra	34
Gambar 3.1. Struktur Organisasi Satpol PP	41
Gambar 4.1. Facebook, Instagram dan Website Satpol PP	65
Gambar 4.2. Satpol PP Melayani Masyarakat Melalui Layanan SMARTUC dan Memperkenalkan Tempat Wisata Kepada Wisatawan Asing	67
Gambar 4.3. Membantu Dishub dalam Mengatasi Pakir Liar	72
Gambar 4.4. Satpol PP Mendapat Piagam Penghargaan dalam Kegiatan Peduli Lingkungan Dan Sosialisasi Satpol PP Pariwisata Mengenai Kebersihan Lingkungan Kepada Masyarakat	73
Gambar 4.5. Memberikan Surat Peringatan Pedagang Kali Lima dan Memberikan Informasi Kepada Pedagang Kaki Lima	74
Gambar 4.6. Membantu warga yang akan melahirkan dan Membantu evakuasi pohon yang tumbang di jalan.....	76

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Strategi Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang dalam Meningkatkan Citra di Masyarakat**”. Dilatar belakangi oleh citra negatif yang selama ini melekat dalam tubuh Satuan Polisi Pamong Praja. Satuan Polisi Pamong Praja kerap kali digambarkan sebagai sosok aparat yang kasar, arogan, penindas rakyat kecil dan tidak berprikemanusiaan. Rumusan masalah yang dibahas dalam skripsi ini yaitu, pertama bagaimana strategi humas satuan polisi pamong praja kota palembang dalam meningkatkan citra di masyarakat. Kedua apa saja yang menjadi faktor penghambat dan pendukung humas satuan polisi pamong praja kota palembang dalam meningkatkan citra di masyarakat. Sedangkan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana strategi dari humas satuan polisi pamong praja kota palembang dalam meningkatkan citra di masyarakat dan apa untuk mengetahui faktor penghambat dan faktor pendukung humas dalam meningkatkan citra di masyarakat.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi yaitu pengamatan langsung di lapangan, wawancara terbuka dan secara mendalam dengan mengajukan pertanyaan kepada pihak terkait mengenai meningkatkan citra di masyarakat, serta dokumentasi untuk melihat arsip-arsip dan data penting mengenai penelitian yang penulis lakukan. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.

Berdasarkan teori yang digunakan maka, hasil penelitian menunjukkan bahwa Satpol PP kota Palembang dalam meningkat citra terlebih dahulu mengetahui apa yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dalam meningkat citra. Faktor pendukungnya adalah sumber daya manusia pada Satpol PP sudah bekerja dengan baik sesuai dengan tugasnya. Adapun Faktor penghambatnya adalah minimnya anggaran dalam kegiatan sosialisasi dan persepsi masyarakat. Strategi Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang dalam Meningkatkan Citra di Masyarakat adalah Mendefinisikan Permasalahan, Perencanaan, Komunikasi dan Evaluasi. Perencanaan yang dibuat oleh humas Satpol PP dalam meningkatkan citra di masyarakat yaitu memperbaiki citra dengan melalui media, pengamanan Asian Games, dan Humanis. Humas Satpol PP kota Palembang juga memanfaatkan media sosial seperti istagram, facebook dan Website.

Kata kunci: Strategi humas, meningkatkan citra, masyarakat

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat ada setiap saat dari masa lalu ke masa mendatang. Kehadirannya melalui fase antara apa yang telah terjadi dan apa yang akan terjadi. Masyarakat adalah sekelompok orang yang memiliki perasaan sama atau menyatu satu sama lain karena mereka saling berbagi identitas, kepentingan-kepentingan yang sama, perasaan memiliki dan satu tempat yang sama.¹ Masyarakat merupakan sekelompok orang yang memiliki kepentingan yang sama. Apabila diperhatikan lebih jauh maka masyarakat selalu berhubungan dalam kehidupan sehari-hari.

Masyarakat terbagi menjadi beberapa kelompok seperti masyarakat desa, Masyarakat majemuk, Masyarakat modern, Masyarakat tradisional, Masyarakat ekonomi lemah, dan Masyarakat kota.² Beberapa contoh yang sering dilihat dan didengar, misalnya masyarakat desa yaitu masyarakat yang penduduknya mempunyai mata pencaharian utama di sektor cocok tanam, perikanan, pertenakan, sistem budaya dan sistem sosialnya yang mendukung mata pencaharian. Masyarakat majemuk yaitu masyarakat yang terbagi di dalam kelompok persatuan yang sering memiliki budaya yang berbeda. Masyarakat modern yaitu masyarakat yang perekonomiannya berdasarkan pasar secara luas, spesialisasi di bidang industri dan pemakain teknologi

¹ Edi Suharto, *Membangun Masyarakat dan Memperdayakan Rakyat* (Bandung: Refika Aditama, 2010), h.47

² Sutarno, *Perpustakaan dan Masyarakat* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2003), h.11

canggih. Masyarakat tradisional yaitu masyarakat yang lebih banyak dikuasai oleh adat istiadat lama. Masyarakat ekonomi lemah adalah masyarakat yang kehidupan ekonominya relatif rendah dan penghidupannya umumnya pada sektor informal. Masyarakat kota yaitu masyarakat yang penduduknya mempunyai mata pencaharian di sektor perdagangan dan industry.

Pada era keterbukaan informasi seperti saat ini dimana masyarakat atau public sudah semakin kritis terhadap pemberitaan, maka humas sangatlah penting sebagai layanan informasi untuk memberikan informasi yang jelas dan sesuai fakta yang ada di perusahaan, pemerintah maupun organisasi. Di setiap instansi swasta maupun instansi yang dikelola pemerintah, hampir semua memiliki humas. Humas adalah salah satu peran yang menjalankan fungsi komunikasi dan menerapkan unsur-unsur komunikasi dalam setiap program dan kegiatan *public relations*. Fungsi humas sendiri tidak dapat terlepas dari opini publik, karena salah satu fungsi humas adalah menciptakan opini publik yang baik. Kinerja humas dalam suatu pemerintahan biasanya membantu dalam menjalankan suatu program pemerintahan untuk mencapai tujuan tertentu yang ditargetkan oleh pemerintah. Selain itu, humas pemerintah juga berperan penting dalam membangun dan memberikan informasi baik secara internal maupun eksternal. Bila dilihat secara eksternal, biasanya humas berperan memberikan informasi mengenai kebijakan pemerintah, memberikan sanggahan mengenai suatu pemberitaan yang dapat merugikan pemerintah, dan menginformasikan berbagai kebijakan pemerintah kepada masyarakat.

Strategi humas yang dibangun *public relations* dapat menanamkan kepercayaan kepada publik tidak hanya untuk memperoleh citra positif. Tetapi citra positif yang sudah dibangun perlu dipertahankan, karena memiliki pengaruh dengan reputasi pemerintahan. Begitu kepercayaan publik luntur akibat reputasi negatif maka akan sulit bagi pemerintahan untuk memulihkan kepercayaan tersebut.

Fenomena Pemberitaan negatif yang terjadi saat ini terkait satuan polisi pamong praja (satpol pp), banyak di jumpai di media cetak maupun televisi. Sehingga citra yang terbentuk di masyarakat terhadap satpol pp sangat negatif. Penggusuran pedagang kaki lima oleh Satpol PP tidak jarang memakan korban baik yang bersifat material yaitu dengan rusaknya tempat jualan dan gerobak yang diangkut, maupun korban fisik dengan terjadinya berbagai tindak kekerasan yang dilakukan oleh anggota Satpol PP terhadap para pedagang kaki lima. Kericuhan dan bentrok fisikpun tidak jarang menjadi bumbu penyedap setiap diadakannya penggusuran yang dilakukan oleh Satpol PP. Seperti yang terjadi penertipan yang dilakukan Satpol PP Kota Palembang di daerah pasar 26 ilir berujung pada kericuhan antara pihak pedagang kaki lima dan pihak Satpol PP.³

Satpol PP adalah membantu kepala daerah untuk menciptakan suatu kondisi daerah yang tentram, tertib, teratur sehingga penyelenggaraan roda pemerintahan dapat berjalan dengan lancar dan masyarakat dapat melakukan kegiatannya dengan

³ Satpol.PP www.tribunnews.com/regional/20017/01/23/satpol-pp-ngamuk-acak-acak-isi-pasar-26-ilir-palembang diakses tanggal 22 Agustus 2017

aman dan perlindungan masyarakat. Satpol PP dapat berkedudukan di Provinsi dan Daerah/Kota antara lain:

1. Di Provinsi Satpol PP dipimpin oleh kepala yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Gubernur melalui Sekretaris Daerah. Wilayah kekuasaan, tugas dan wewenang Satpol PP Provinsi meliputi sekitar kantor Gubernur.
2. Di Daerah/Kota Satpol PP dipimpin oleh yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Bupati/Walikota melalui Sekretaris Daerah. Wilayah kekuasaan, tugas dan wewenang Satpol PP kota meliputi seluruh kota Palembang seperti penertiban pedagang kaki lima di seluruh kota Palembang.

Satpol PP kerap kali digambarkan sebagai sosok aparat yang kasar, arogan, penindas rakyat kecil dan tidak berprilaku manusiawi. Ketentuan pemerintah tentang satpol pp terdapat dalam peraturan pemerintah No 6 Tahun 2010.⁴ Satpol PP juga dituntut untuk menegakkan kebijakan pemerintah daerah lainnya yaitu peraturan kepala daerah.

Untuk mengoptimalkan kinerja Satpol PP perlu dibangun kelembagaan. Penataan kelembagaan Satpol PP tidak hanya mempertimbangkan kriteria kepadatan jumlah penduduk di suatu daerah, tetapi juga beban tugas dan tanggung jawab yang diemban, budaya, sosiologi, serta risiko keselamatan polisi pamong praja. Tugas

⁴ Peraturan Daerah Kota Palembang, <http://palembang.bpk.go.id/wp-content/uploads/2013/04/abstraksi-Perda-No.6-th-2012.pdf> diakses tanggal 22 Agustus 2017

Satpol PP kota Palembang dalam perlindungan masyarakat yaitu membantu dalam penanggulangan bencana, membantu upaya pertahanan negara, membantu dalam kegiatan sosial kemasyarakatan dan membantu penanganan ketentraman, ketertiban dan keamanan dalam penyelenggaraan pemilu.⁵

Pandangan negatif tentang Satpol PP di masyarakat hampir di semua daerah di Indonesia, tidak terkecuali untuk Satpol PP kota Palembang. Untuk itu Satpol PP kota Palembang harus melakukan perbaikan dalam menepis citra negatif yang selama ini melekat dalam tubuh Satpol PP seperti kasar, arogan, penindas rakyat kecil, atau apapun sebutan yang berbau negatif segerah di hapuskan. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis mengambil judul “ **Strategi Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang dalam Meningkatkan Citra di Masyarakat**”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja yang menjadi faktor penghambat dan pendukung humas satuan polisi pamong praja kota Palembang dalam meningkatkan citra di masyarakat?
2. Bagaimana strategi humas satuan polisi pamong praja kota Palembang dalam meningkatkan citra di masyarakat?

⁵ Satpol PP, <http://www.satpolpp.sumselprov.go.id/> diakses tanggal 22 Agustus 2017

C. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui penghambat dan pendukung humas satuan polisi pamong praja kota Palembang dalam meningkatkan citra di masyarakat?
2. Untuk mengetahui strategi kegiatan humas satuan polisi pamong praja kota Palembang dalam meningkatkan citra di masyarakat.

D. Manfaat penelitian

Adapun manfaat dari penelitian adalah:

1. Manfaat Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan akademik bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang komunikasi dan humas (hubungan masyarakat), khususnya dalam peningkatan citra pada suatu lembaga pemerintah.

2. Manfaat paktis

Penelitian ini dapat menjadikan bahan masukan bagi organisasi, lembaga, instansi pemerintah dalam meningkatkan citra. Dapat dijadikan referensi untuk mengadakan penelitian sejenis atau mengembangkan lagi penelitian ini sehingga menambah wawacana yang sudah ada sebelumnya.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelusuran dari penelitian-penelitian sebelumnya guna untuk persamaan dan perbedaan terhadap penelitian ini. Dalam

penelitian atau pembuatan skripsi, terkadang ada tema yang berkaitan dengan penelitian yang peneliti teliti sekalipun tujuan yang diteliti berbeda.

Dari penelitian ini, peneliti menemukan beberapa sumber. *Pertama*, penelitian yang berjudul “*Strategi Public Relations PT. Kompas Gramedia dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Kasus Program Corporate Social Responsibility Bentara Budaya Jakarta)*”. Disusun oleh Ardiyat Ningrum mustikasari Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah tahun 2014. Dalam penelitiannya strategi *public relations* dalam membangun citra perusahaan melalui salah satu bentuk corporate social dalam bidang seni dan kebudayaan tradisional yaitu bentara budaya Jakarta.

Kedua, penelitian yang berjudul “*Peran Humas Dalam Rangka Meningkatkan Citra Sekolah Di SMK YPKK 3 Slamen Yogyakarta*”. Disusun oleh Ira Dwi Rahayu Fakultas Ekonomi, Jurusan Pendidikan Administrasi Pekantoran Universitas Negeri Yogyakarta tahun 2014. Dalam penelitian ini bahwa peran kehumasan dalam meningkatkan citra positif sekolah di SMK YPKK 3 Slamen Yogyakarta telah dilaksanakan sesuai prosedur yang ditetapkan, akan tetapi dalam pelaksanaannya belum terlaksana secara terstruktur. Peneliti juga mengalami beberapa kendala yang dihadapi humas dalam meningkatkan citra sekolah yaitu fungsi humas yang belum berfungsi secara maksimal karena pengurus humas mempunyai fungsi ganda, terbatasnya waktu yang memiliki pengurus humas dan kurang memuaskan public internal dengan hasil kerja humas.

Ketiga, penelitian yang berjudul “*Strategi Komunikasi Public Relations PT. Takaful Keluarga dalam Membangun Citra Perusahaan*”. Disusun oleh Ruhianah Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunika Universitas Negeri Islam Syarif Hidayatullah tahun 2014. Dalam penelitiannya bentuk-bentuk komunikasi yang dilakukan *public relations* PT. Takaful Keluarga dalam membangun citra perusahaan adalah dengan meningkatkan pelayanan, membangun *good relationship* dengan perusahaan lain, strategi promosi dan kegiatan sosialisasi.

Setelah peneliti mengamati dan membaca tinjauan pustaka diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa belum terdapat karya ilmiah dalam bentuk skripsi yang membahas tentang “*Strategi Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang dalam Meningkatkan Citra Di Masyarakat*”.

F. Kerangka Teori

1. Strategi Humas

Ahmad S. Adnanputa, pakar Humas dalam naskah workshop berjudul *PR Strategy*, mengatakan bahwa arti strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana, sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan, yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dari proses manajemen.⁶ Mengacu kepada pola strategi humas, maka menurut Ahmad S. Adnanputra yang dikutip oleh Ruslan, batasan pengertian tentang strategi humas adalah: “Alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan humas dalam kerangka suatu

⁶ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h.133

rencana humas". Sebagaimana yang kita ketahui humas bertujuan untuk menegakan dan mengembangkan suatu opini yang menguntungkan bagi organisasi atau perusahaan terhadap para khalayak sasaran yang terkait yaitu public internal dan public eksternal.

Beberapa tahapan-tahapan kegiatan strategi humas yaitu *pertama*, komponen sasaran adalah para public yang mempunyai kepentingan yang sama. *Kedua*, komponen sarana adalah untuk mengarahkan ketiga kemungkinan ke arah posisi yang menguntungkan. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Cultip-Center-Broom, praktisi humas profesional dalam melaksanakan program humas harus terdiri empat langkah pemecahan masalah humas. Keempat langkah ini merupakan proses yang harus dijalankan setiap praktisi humas profesional antara lain sebagai berikut:

- a. Fact finding adalah mencari dan mengumpulkan data/fakta sebelum melakukan tindakan. Misalnya Humas sebelum melakukan suatu kegiatan harus terlebih dahulu mengetahui apa yang diperlukan public, siapa saja yang termasuk ke dalam public, bagaimana keadaan public dipandang dari berbagai faktor.
- b. Planning (perencanaan) adalah berdasarkan fakta membuat rencana tentang apa yang harus dilakukan dalam menghadapi berbagai masalah.
- c. Communication (komunikasi) adalah rencana yang disusun dengan baik sebagai hasil pemikiran yang matang berdasarkan fakta/data tadi, kemudian dikomunikasikan atau dilakukan kegiatan operasional.
- d. Evaluation (evaluasi) adalah mengadakan evaluasi tentang suatu kegiatan, apakah tujuan sudah tercapai atau belum. Hasil dari evaluasi merupakan dasar dari kegiatan Humas berikutnya.⁷

⁷ *Ibid.* h.140

2. Humas

Humas menurut M. Linggar Anggoro dalam bukunya “Teori & Profesi Kehumasan” yaitu:

Humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasi sedekemikian rupa sebagai suatu rangkai kampanye atau program terpadu, dan semuanya ini berlangsung secara berkesinambungan dan teratur. Pada pertemuan asosiasi-asosiasi humas seluruh dunia di Mexico City, Agustus 1978 ditetapkan definisi humas adalah suatu seni sekaligus disiplin ilmu sosial yang menganalisis berbagai kecenderungan, memperediksikan setiap kemungkinan konsekuensi dari setiap kegiatannya, memberi masukan dan saran-saran kepada para pemimpin organisasi dan mengimplementasikan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan kepentingan khalayak.⁸

Dari pengertian diatas humas adalah bagian utama dari suatu perusahaan atau bagian terdepan dalam perusahaan untuk membangun dan mempertahankan reputasi suatu perusahaan. Humas bertujuan untuk menanamkan kepercayaan, pengertian antara public internal maupun public eksternal dalam mnumbuhkan citra yang positif.

Menurut Rachmat Kriyantono dalam bukunya *Public Relations* (Jakarta:Kencana, 2012) tujuan dari seorang *public relation* antara lain:

1. Menciptakan pemahaman antara perusahaan dan publiknya.
Tujuan kegiatan *public relation* pertama kali adalah berupaya menciptakan saling pengertian antara perusahaan dan publiknya. Melalui kegiatan komunikasi diharapkan terjadi kondisi kecukupan informasi antara perusahaan dan publiknya. Kecukupan informasi ini merupakan dasa untuk mencengah kesalahan persepsi. Kesalahpahaman akibat salah persepsi atau kurang informasi merupakan kesalahan mendasar dalam kegiatan komunikasi.

⁸ Linggar Anggoro, *Teori & Profesi Kehumasan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h.1

2. Membangun citra Perusahaan

Citra merupakan gambaran yang ada dalam benak publik tentang perusahaan. Citra adalah persepsi publik tentang perusahaan menyangkut pelayanannya, kualitas produk, budaya perusahaan, perilaku perusahaan dan lainnya. Tujuan *public relation* adalah membangun citra dengan mengubah sikap public. Citra perusahaan bukan hanya dilakukan seorang *public relation* sendirian, tetapi seluruh unsur perusahaan (karyawan, manajer, dan lainnya) ikut adil dalam pembentukan citra. Citra perusahaan adalah citra keseluruhan yang dibangun dari semua komponen perusahaan seperti kualitas produk, perilaku karyawan, tanggung jawab sosial terhadap lingkungan atau pengalaman konsumen yang menyenangkan dan menyedihkan tentang pelayanan perusahaan. Citra positif merupakan langkah penting menggapai reputasi perusahaan di mata khalayak.

3. Membentuk opini Publik

Opini public ini merupakan ekspresi public mengenai persepsi dan sikapnya terhadap perusahaan. *Public relations* dituntut memelihara komunikasi persuasif yang ditujukan untuk:

- a. Menjaga opini yang mendukung
- b. Menciptakan opini yang masih tersembunyi
- c. Menetralkan opini yang negative

4. Membentuk kerja sama

Kerja sama dapat terwujud karena ada inisiatif yang dilakukan berulang-ulang oleh *public relations* perusahaan untuk menanamkan saling pengertian dan kepercayaan kepada publiknya. Tujuan menciptakan kerja sama berarti membantu perusahaan dan public untuk saling beradaptasi satu sama lain. *Public relations* adalah upaya-upaya perusahaan untuk menciptakan kerja sama dengan kelompok-kelompok masyarakat.⁹

3. Citra Sebagai Sasaran Humas

Citra adalah tujuan utama, dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat. Pengertian citra itu sendiri abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik dan buruk.

⁹ Rachmat Kriyantono, *Public Relations*, (Jakarta:Kencana,2012), h.5

Ada lima jenis citra yaitu: citra bayangan, citra yang berlaku, citra harapan, citra perusahaan, dan citra majemuk.¹⁰

- a. Citra Bayangan
Citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya. Citra ini sering kali tidaklah tepat, bahkan hanya sekedar ilusi, sebagai akibat dari tidak memadainya informasi, pengetahuan ataupun pemahaman yang dimiliki oleh kalangan dalam organisasi itu mengenai pendapat atau pandangan pihak-pihak luar.
- b. Citra yang Berlaku
Citra yang berlaku adalah suatu citra yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi.
- c. Citra Harapan
Citra harapan adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Citra ini juga tidak sama dengan yang sebenarnya. Biasanya citra harapan lebih baik dan lebih menyenangkan dari pada citra yang ada, walaupun dalam kondisi tertentu, citra yang selalu baik juga bisa merepotkan. Namun secara umum yang disebut dengan citra harapan itu memang sesuatu yang berkonotasi lebih baik.
- d. Citra Perusahaan
Citra Perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan pelayanannya saja. Citra perusahaan terbentuk oleh banyak hal. Hal-hal positif yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan adalah sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang. Keberhasilan-keberhasilan dalam bidang keuangan yang diraihinya, sukses ekspor, hubungan industry yang baik, reputasi dalam pecipta lapangan kerja dalam jumlah yang besar, kesediaan turut memikul tanggung jawab sosial, komitmen mengadakan riset dan sebagainya.
- e. Citra majemuk
Setiap perusahaan atau organisasi pasti memiliki banyak pegawai. Masing-masing individu memiliki perilaku sendiri, sehingga secara sengaja atau tidak. Mereka pasti memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan secara keseluruhan. Jumlah citra yang dimiliki suatu perusahaan boleh dikatakan sama banyaknya dengan jumlah pegawai yang dimilikinya.¹¹

¹⁰ Linggar Anggoro, *Op. Cit.* h.59

¹¹ *Ibid*, h. 61

G. Metodologi Penelitian

1. Sumber Data

Dalam Penelitian Kualitatif ini Sumber data yang di perlukan untuk di olah dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

a. Sumber data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan data primer dari humas Satpol PP Kota Palembang melalui Observasi, Wawancara, dan dokumentasi.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data.¹² Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan data sekunder dari buku-buku, dokumentasi dan artikel yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

2. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh gambaran mengenai data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode yang digunakan yaitu:

a. Metode Observasi

Metode observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dimana peneliti mengadakan pengamatan secara langsung tentang bagaimana

¹² Sugiyono, *Memahami Penelitian kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h.62

strategi humas yang dilakukan Humas Satpol PP kota Palembang dalam meningkatkan citra di masyarakat. Sehingga dengan ini, peneliti memperoleh data maupun informasi mengenai Strategi Humas Satpol PP Kota Palembang Dalam Meningkatkan Citra Di Masyarakat.

b. Metode wawancara

Metode wawancara adalah salah satu metode pengumpulan data untuk mendapatkan informasi secara lisan kepada subyek penelitian. wawancara merupakan Tanya jawab dengan tatap muka antara pewawancara dan diwawancarai tentang masalah yang diteliti.¹³ Wawancara yang dilakukan yaitu wawancara mendalam (*depth interview*) dengan informan kunci (*key informan*). Maka peneliti akan mewawancarai bagian Humas Satuan Polisi Pamong Praja dalam meningkatkan citra di masyarakat.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk meneliti data berbentuk dokumen pemerintah maupun swasta seperti catatan harian dan foto.¹⁴ Dokumentasi berupa foto-foto yang di ambil peneliti selama observasi dan di ambil peneliti dalam mengikuti ke se harian objek yang di amati.

¹³ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), h.162

¹⁴ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2007), h.125

3. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke unit-unit, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah di pahami oleh diri sendiri dan orang lain. Analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu uatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Berdaarkan hipotesis yang dirumukan berdasarkan data terebut, selanjutnya dapat disimpulkam apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan data yang terkumpul.

Analisis penelitian pada penelitian kualitatif berbeda dengan penelitian kuantitatif. Jika dalam penelitian kuantitatif analisis datanya berbentuk statistik maka dalam penelitian kualitatif bebentuk kata-kata kalimat, gambar-gambar bukan berbentuk angka. Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *filling system* yang dikembangkan Wimmerdan Dominick. Menurut teknik ini, setelah seluruh data dikumpulkan oleh peneliti kemudian dilakukan analisis berupa kata-kata atau kalimat-kalimat, baik yang diperoleh dari wawancara maupun observasi dan data tulisan berupa dokumentasi-dokumentasi, catatan, dikumpulkan dicari satu hubungannya dengan yang lainnya.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dan memahami skripsi ini, maka peneliti menulis skripsi ini secara sistematis dengan cara memaparkan beberapa hal yang akan dibahas yang terdiri dari lima bab, yaitu:

Bab I Pendahuluan, bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori, bab ini berisi konsep dan teori-teori yang mendukung seperti teori para ahli, tokoh humas, tokoh komunikasi yang terkenal. Teori yang berkaitan dengan topik kerangka pemikiran tentang strategi humas satuan polisi pamong praja kota Palembang dalam meningkatkan citra di masyarakat.

Bab III Gambaran Umum, bab ini menjelaskan terkait dengan gambaran umum obyek penelitian dan kondisi lapangan berupa sejarah berdirinya, visi dan misi, tugas, fungsi dan kewenangan, struktur organisasi, dan jumlah anggota Satpol PP kota Palembang.

Bab IV Hasil dan pembahasan, bab ini menjelaskan bagaimana cara menyelesaikan masalah dengan data yang dimiliki dengan menggunakan metode dan teknik sesuai permasalahan yang diangkat. Analisis data yang berisi tentang strategi humas satuan polisi pamong praja kota Palembang dalam meningkatkan citra di masyarakat.

Bab V Penutup, bab ini merupakan bab terakhir, yang berisikan tentang kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian.

BAB II
TINJAUAN TEORI
TENTANG STRATEGI HUMAS DAN CITRA ORGANISASI
PEMERINTAHAN

A. Definisi Humas

Dalam buku *Teori dan Profesi Kehumasan* yang di tulis M. Linggar Anggoro, pengertian humas adalah terjemahan dai *Public Relations* (PR), kedua istilah ini akan dipakai secara bergantian yakni terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan apa yang berkepentingan dengannya.¹ Dalam pengertian ini Anggoro memberikan pengertian yang sama antara humas dan *Publik Relations*.

Pada pertemuan asosiasi-asosiasi humas seluruh dunia di Mexico City, Agustus 1978 ditetapkan defenisi humas adalah suatu seni sekaligus disiplin ilmu sosial yang menganalisis berbagai kecenderungan, memperediksikan setiap kemungkinan konsekuensi dari setiap kegiatannya, memberi masukan dan saran-saran kepada para pemimpin organisasi dan mengimplementasikan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan kepentingan khalayak.² Menurut Frank Jefkins, humas adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yag terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar antara organisasi dengan semua

¹ Linggar Anggoro, *Teori & Profesi Kehumasan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h.1.

² *Ibid*, h. 2

khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling percaya. Menurut Dominick Humas mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Humas memiliki kaitan erat dengan opini publik.
2. Humas memiliki kaitan erat dengan komunikasi.
3. Humas merupakan fungsi manajemen.³

Secara International, IPRA (*The International Public Relations Association*) mendefinisikan “*Public Relation is a management function, of a continuing and planned character, through which public and private organizationz and institutions seek to win and retain the understanding, sumpathy, and support of those with whom they are or my be conserved-by evaluating public opinion about themselves, in order to correlate, as fat as possible, their own policies and procedures, to achives by planned and widespread information more productive co-operation and more efficient fulfilment of their common interest*”. (hubungan msyarakat adalah fungsi manajemen dari sikap budi yang berencana dan berkesinambungan, yang dengan itu organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga yang bersifat umum dan pribadi berupaya membina pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang ada kaitannya atau yang mungkin ada hubungannya-dengan jalan menilai pendapat umum di antara mereka, untuk mengorelasikan, sedapat mungkin, kebijaksanaan da tata cara mereka, yang dengan infromsi yang berencana dan tersebar luas, mencapai kerja sama yang

³ Morisan, *Manajemen Public Relations*, (Jakarta: Kencana, 2008), h.8

lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien).⁴ Pengertian humas di atas yaitu bahwa humas adalah upaya yang telah terencana dan berkesinambungan dalam menciptakan dan memelihara Citra yang baik antara suatu organisasi atau perusahaan kepada publicnya. Humas juga menganalisis berbagai kecenderungan, memprediksikan setiap kemungkinan konsekuensi dari setiap kegiatannya, dalam memberi masukan dan saran-saran kepada para pemimpin organisasi. Suatu organisasi sangat penting mempunyai tujuan agar humas di dalam organisasi bisa berjalan dengan baik.

Tujuan dari humas merupakan sesuatu yang ingin dicapai, dituju atau diarahkan. Tujuan dapat disebut *objective*, merupakan sesuatu yang mengarahkan kegiatan dari *public relation* agar tidak melenceng atau salah sasaran. Tujuan humas antara lain yaitu:

- a. Menciptakan pemahaman antara perusahaan dan publiknya.

Tujuan kegiatan *public relation* pertama kali adalah berupaya menciptakan saling pengertian antara perusahaan dan publiknya. Melalui kegiatan komunikasi diharapkan terjadi kondisi kecukupan informasi antara perusahaan dan publiknya. Kecukupan informasi ini merupakan dasa untuk mencengah kesalahan persepsi. Kesalahpahaman akibat salah persepsi atau kurang informasi merupakan kesalahan mendasar dalam kegiatan komunikasi.

- b. Membangun citra Perusahaan

Citra merupakan gambaran yang ada dalam benak publik tentang perusahaan. Citra adalah persepsi publik tentang perusahaan menyangkut pelayanannya, kualitas produk, budaya perusahaan, perilaku perusahaan dan lainnya. Tujuan *public relation* adalah membangun citra dengan mengubah sikap public. Citra perusahaan bukan hanya dilakukan seorang *public relation* sendirian, tetapi seluruh unsur perusahaan (karyawan, manajer, dan lainnya) ikut adil dalam pembentukan citra. Citra perusahaan

⁴ Onong Uchjana Effendy. *Hubungan masyarakat*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), h. 20

adalah citra keseluruhan yang dibangun dari semua komponen perusahaan seperti kualitas produk, perilaku karyawan, tanggung jawab sosial terhadap lingkungan atau pengalaman konsumen yang menyenangkan dan menyedihkan tentang pelayanan perusahaan. Citra positif merupakan langkah penting menggapai reputasi perusahaan di mata khalayak.

c. Membentuk opini Publik

Opini public ini merupakan ekspresi public mengenai persepsi dan sikapnya terhadap perusahaan. *Public relations* dituntut memelihara komunikasi persuasif yang ditujukan untuk:

- a. Menjaga opini yang mendukung
- b. Menciptakan opini yang masih tersembunyi
- c. Menetralkan opini yang negative

d. Membentuk kerja sama

Kerja sama dapat terwujud karena ada inisiatif yang dilakukan berulang-ulang oleh *public relations* perusahaan untuk menanamkan saling pengertian dan kepercayaan kepada publiknya. Tujuan menciptakan kerja sama berarti membantu perusahaan dan public untuk saling beradaptasi satu sama lain. *Public relations* adalah upaya-upaya perusahaan untuk menciptakan kerja sama dengan kelompok-kelompok masyarakat.⁵

Tujuan humas dari organisasi agar dapat membentuk opini publik yang baik sehingga membentuk citra positif di suatu organisasi. Citra positif merupakan langkah dalam menggapai reputasi di mata khalayak. Kesalah pahaman bisa membuat citra di suatu organisasi menjadi negative. Karna itu pentingnya pemahaman publik terhadap organisasi agar mencenggaah kesalah pahaman antara publik dan organisasi.

B. Fungsi Humas

Dalam rangka menunjang pelaksanaan fungsi kehumasan, sebagai aparat kehumasan pemerintah, maka berbagai kegiatan yang perlu diperhatikan, antara lain:

1. Membina pengertian pada khalayak/publik terhadap kebijaksanaan pimpinan, baik kepada khalayak intern maupun khalayak ekstern. Pembinaan dan pelayanan informasi.
2. Menyelenggarakan dokumentasi kegiatan-kegiatan pokok instansi pemerintah, terutama yang menyangkut publikasi.

⁵ Rachmat Kriyantono, *Public Relations*, (Jakarta: Kencana, 2012), h.5.

3. Memonitor dan mengevaluasi tanggapan dan pendapat masyarakat.
4. Mengumpulkan data dan informasi yang datang dari berbagai sumber.
5. Bentuk produk Humas yang dihasilkan seperti majalah, buletin, *press release*, poster, folder, pamflet, selebaran dan lain-lain.⁶

Humas sangat luas dan menyangkut hubungan dengan berbagai pihak. Humas bukan sekedar hubungan atau *relation*, Humas juga bukan sekedar bertujuan memperoleh kemenangan tersendiri. Lebih dari itu, humas mengandalkan strategi agar organisasi atau instansi disukai oleh para sasaarannya dan tercapainya tujuan yang ingin dicapai.

C. Peran, Ruang Lingkup dan Sasaran Kegiatan

1. Peranan humas

Peranan humas sangat dibutuhkan sekali dalam suatu organisasi. Seorang humas tidak hanya menjalin hubungan antara public tetapi juga menjalin hubungan dengan anggota organisasi atau perusahaan, baik membuat hubungan yang harmonis antara pimpinan dengan karyawan yang membantu dalam melaksanakan kegiatan organisasi. Peranan humas dibagi menjadi empat kategori:

a. Penasehat Ahli

Seorang partisi pakra public relations yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencarikan solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya.

b. Fasilitator Komunikasi

Seroang patisir PR bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengarkan apa yang diinginkan dan diharapkan publiknya. Dipihak lain, seroang partisi PR mampu menjelaskan keinginan, kebijakkan dan harapan organisasi

⁶ H.A.W. Widjaja. *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), h. 65.

kepada publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, dan mendukung dari kedua belah pihak.

c. Fasilitator proses pemecahan masalah

Peranan partisi PR dalam proses pemecahan persoalan public relations merupakan bagian dari tim manajemen. Biasanya dalam menghadapi suatu masalah yang terjadi, maka dibentuk suatu tim yang dikoordinir partisi ahli PR dengan melibatkan berbagai departemen dan keahlian dalam satu tim khusus untuk membantu organisasi, perusahaan dan produk yang tengah dihadapi masalah.

d. Teknik Komunikasi

Sistem komunikasi dalam organisasi tergantung dari masing-masing bagian atau tingkatan (*level*), yaitu secara teknis komunikasi, baik arus maupun media komunikasi yang dipergunakan dari tingkat pimpinan dengan bawahan akan berbeda dari bawahan ke tingkat atasan.

2. Ruang lingkup tugas humas

Ruang lingkup tugas humas dalam sebuah organisasi antara lain sebagai berikut:

a. Hubungan ke dalam (*public internal*)

Public internal adalah kegiatan khusus humas yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan saling bermanfaat antara manajer dan karyawan tempat organisasi mengantungkan kesuksesannya.⁷ Tugas humas di bagian hubungan ke dalam yaitu bekerja sama dengan sumber daya manusia untuk mengkomunikasikan berbagai berita, pelatihan dan topik penting lainnya kepada karyawan agar karyawan tetap mendapatkan informasi baru dan tetap termotivasi.

⁷ Scott M. Cutlip. et al, *Effective Public Relations*, (Jakarta: Kencana, 2009) h.11

Seroang public relatios harus mampu mengidentifikasi mengenal hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat.

b. Hubungan keluar (*public eksternal*)

Public eksternal adalah public umum. Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran public yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya. Ruang lingkup pekerjaan humas dikemukakan Cutlip dan rekan dibagi menjadi enam bidang pekerjaan yaitu sebagai berikut:

1) Publisitas

Publisitas adalah informasi yang berasal dari sumber luar yang digunakan media massa karena informasi itu memiliki nilai berita. Kegiatan ini dilakukan humas dalam menempatkan berita seseorang, organisasi atau perusahaan di media massa melalui beberapa cara yaitu siaran pers (*press release*), jumpa pers (*press conference*) dan mengundang wartawan pada acara yang dilakukan oleh organisasi. Pekerjaan humas yang terkait dengan publisitas adalah "*press agentry*" yaitu suatu kegiatan yang menampilkan peristiwa atau rencana yang bertujuan untuk menarik perhatian media massa secara terus-menerus kepada seseorang, produk atau organisasi. Organisasi atau perusahaan terkadang membutuhkan media massa untuk terus-menerus memberitakan atau mengekspos kegiatan.

2) Pemasaran

Pekerjaan bagian pemasaran meliputi antara lain melakukan penelitian, mendesain produk, melakukan promosi dan distribusi produk. Tujuan pemasaran untuk menarik dan memuaskan pelanggan dalam jangka panjang dalam upaya mencapai tujuan ekonomi perusahaan.

3) *Public Affairs*

Public Affairs adalah bidang khusus humas yang membangun dan mempertahankan hubungan dengan pemerintah dan komunitas local agar dapat mempengaruhi kebijakan public.

4) Manajemen Isu

Manajemen isu merupakan upaya organisasi atau perusahaan untuk melihat kecenderungan isu atau opini public yang muncul di tengah masyarakat dalam upaya organisasi atau perusahaan untuk memberikan tanggapan yang sebaik-baiknya agar isu tidak menyebar dan merugikan.

5) Lobi

Lobi adalah bidang khusus humas yang membangun dan memelihara hubungan dengan pemerintahan utamanya untuk tujuan mempengaruhi peraturan dan undang-undang baru yang tidak merugikan perusahaan.

6) Hubungan Investor

Fungsi hubungan investor menjadi bagian penting dari fungsi humas. Pengertian hubungan investor menurut Cutlip-Center-Broom adalah: bidang khusus dari humas korporat yang membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan dengan pemegang saham dan pihak lainnya dalam masyarakat keuangan untuk memaksimalkan nilai pasar. Menurut Cutlip-Center-Broom tugas investor adalah sebagai berikut:

- a) mengikuti perkembangan bursa saham
- b) menyediakan informasi mengenai kondisi perusahaan kepada masyarakat keuangan.
- c) Memberikan saran kepada manajemen terkait dengan saham perusahaan.
- d) Memberikan jawaban terhadap berbagai pertanyaan bidang keuangan.⁸

3. Sasaran Kegiatan Humas

Citra merupakan sasaran humas dalam buku M. Linggar Anggoro yang berjudul *Teori dan Profesi Kehumasan* menyatakan bahwa: Pratisi humas senantiasa dihadapan pada tantangan dan harus menangani berbagai macam fakta yang sebenarnya, terlepas apakah fakta itu hitam, putih atau abu-abu. Perkembangan komunikasi tidak memungkinkan lagi bagi suatu organisasi untuk menutup-nutupi suatu fakta.

Oleh karena itu, para parsonelnya kini jauh lebih dituntut untuk menjadikan orang-orang lain memahami suatu pesan, demi menjaga reputasi dari

⁸ Morisan, *Op. Cit.* h.31

perusahaan atau organisasi yang diwakilinya.⁹ Humas dituntut untuk pandai berkomunikasi menyampaikan pesan agar tidak terjadi salah paham. Apabila humas sebagai komunikator tidak bisa menyampaikan pesan yang baik maka komunikasi tidak bisa memahami isi pesan yang disampaikan dan dikhawatirkan akan menimbulkan dampak negative bagi organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

D. Strategi Humas

Strategi menurut F.X. Soedjadi adalah bagaimana pemikiran serasi upaya-upaya yang terus menerus secara logis dan rasional sehingga melahirkan langkah-langkah, tindakan-tindakan maupun cara-cara (taktik) untuk memenangkan pertandingan atau mencapai tujuan tertentu.¹⁰ Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.¹¹ Jadi, Strategi adalah suatu perencanaan yang di buat untuk mencapai tujuan dari suatu perusahaan/organisasi.

Ahmad S. Adnanputa pakar Humas dalam naskah workshop berjudul *PR Strategy*, mengatakan bahwa arti strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana, sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan, yang pada akhirnya

⁹ Linggar Angoro *Op. Cit.* h. 67

¹⁰ Emamy Desari, *Kiat Menjadi Public Relation*, (Palembang: BANDIKLAT Press Provinsi Sumatera Selatan, 2011), h. 137.

¹¹ Achamd Syariffudin, *Laporan Penelitian Strategi Komunikasi dalam Dakwah Bi AL-Kitabah*, (Palembang: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah, 2015), h.21.

perencanaan adalah salah satu fungsi dari proses manajemen. Strategi *public relations* diarahkan kepada upaya-upaya menggarap persepsi para *stakeholders* untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi atau perusahaan.

Jika strategi *public relations* tersebut berhasil maka akan diperoleh sikap dan persepsi yang menguntungkan dari *stakeholders* sebagai khalayak sasaran dan pada akhirnya akan tercipta opini yang menguntungkan bagi organisasi atau perusahaan. Beberapa tahapan-tahapan kegiatan strategi *public relations* yaitu *pertama*, komponen sasaran adalah para publik yang mempunyai kepentingan yang sama. Sasaran umum tersebut secara struktural dan formal yang disempit melalui upaya segmentasi yang dilandasi “seberapa jauh sasaran itu menyandang opini bersama, potensi polemic, dan pengaruhnya bagi masa depan organisasi, lembaga, nama perusahaan dan produk yang menjadi perhatian sasaran khusus”. Maksud sasaran khusus disini adalah yang disebut public sasaran. *Kedua*, komponen sarana adalah untuk mengarahkan ketiga kemungkinan ke arah posisi yang menguntungkan.

Menurut Ahmad S. Adnanputra proses penyusunan strategi humas yaitu sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi permasalahan yang muncul.
2. Identifikasi unit-unit sasarannya.
3. Mengevaluasi mengenai pola dan kadar sikap tindak unit sebagai sasarannya.
4. Mengidentifikasi tentang struktur kekuasaan pada unit sasaran.
5. Pemilihan opsi atau unsur taktik strategi humas.
6. Mengidentifikasi dan evaluasi terhadap perubahan kebijakan-kebijakan organisasi.

7. Menjabarkan strategi humas dan taktik atau cara menerapkan langkah-langkah program yang telah direncanakan, dilaksanakan, mengkomunikasikan, dan penilaian hasil kerja.¹²

Bedasarkan teori yang dikemukakan oleh Cultip dan Center, proses Humas sepenuhnya mengacu kepada pendekatan manajerial. Adapun langkah-langkah kerja humas dalam upaya sebagai landasan acuan untuk pelaksanaan program kerja kehumasan antara lain sebagai berikut:

- a. *Fact finding* adalah mencari dan mengumpulkan data/fakta sebelum melakukan tindakan. Misalnya Humas sebelum melakukan suatu kegiatan harus terlebih dahulu mengetahui apa yang dipelukan public, siapa saja yang termasuk ke dalam public, bagaimana keadaan public dipandang dai bebagai faktor.
- b. *Plainning* (perencanaan) adalah berdasarkan fakta membuat rencana tentang apa yang harus dilakakukan dalam menghadapi berbagai masalah.
- c. *Communication* (komunikasi) adalah rencana yang disusun dengan baik sebagai hasil pemikiran yang matang berdasakan fakta/data tadi, kemudian dikomunikasikan atau dilakukan kegiatan operasional.
- d. *Evaluation* (evaluasi) adalah mengadakan evauasi tentang suatu kegiatan, apakah tujuan sudah tercapai atau belum. Hasil dari evaluasi merupakan dasar dari kegiatan Humas berikutnya.¹³

Selain langkah-langkah kerja dalam manajemen Humas untuk melakukan tugasnya, Humas berfungsi menciptakan iklim yang kondusif dan mengembangkan tanggung jawab serta partisipasi antara pejabat humas dan masyarakat (khalayak sebagai sasaran) untuk mewujudkan tujuan bersama, melalui berbagai macam aspek-aspek pendekatan atau strategi Humas yaitu:

¹² Rosady Ruslan, *Op. Cit.* h. 140

¹³ *Ibid.* h.90

1) Strategi Operasional

Melalui pelaksanaan program humas yang dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan (*sociologi approach*), melalui mekanisme sosial cultural dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat. dari opini publik atau kehendak masyarakat. Artinya humas mutlak bersikap atau berkemampuan untuk mendengar, dan bukan sekedar mendengar mengenai aspirasi yang ada di dalam masyarakat, baik menyangkut etika, moral maupun nilai-nilai kemasyarakatan yang dianut itu merupakan acuan dalam strategi operasional kehumasan.

2) Pendekatan Persuasif dan Edukatif

Fungsi humas adalah menciptakan komunikasi dua arah (timbang balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada pihak publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan, maupun dengan melakukan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan lain sebagainya.

3) Pendekatan Tanggung Jawab Sosial Humas

Menumbuhkan sikap tanggung jawab sosial bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut: bukan ditunjukkan untuk mengambil keuntungan sepihak dari publik sasarnya (masyarakat), namun untuk memperoleh keuntungan bersama.

4) Pendekatan kerja sama

Berupaya membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik hubungan kedalam (*internal relations*) maupun hubungan keluar (*eksternal relations*) untuk meningkatkan kerja sama. Humas berkewajiban

memasyarakatkan misi instansi yang diwakilinya agar diterima oleh atau mendapat dukungan dari masyarakat (publik sasarannya), dan untuk memperoleh opini publik serta perubahan sikap yang positif bagi kedua belah pihak (*mutual understanding*).

5) Pendekatan koordinatif dan integratif

Untuk memperluas peranan Humas di masyarakat, maka fungsi Humas dalam arti sempit hanya mewakili lembaga/institusinya, tetapi peranan lebih luas berpartisipasi dalam menunjang program pembangunan nasional, dan mewujudkan ketahanan nasional di bidang: Politik, ekonomi, sosial budaya (Poleksosbud) dan Hankamnas.¹⁴

Dari uraian teori strategi Humas di atas dapat disimpulkan bahwa penetapan dan pelaksanaan strategi Humas dibentuk perencanaan untuk mencapai tujuan. Untuk strategi Humas dalam prakteknya ada beberapa tahapan strategi operasional dan pendekatan-pendekatan seperti yang dikemukakan di atas.

E. Pembentukan Citra

Menurut Frank Jefkins Citra adalah kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalaman. Pengetian citra itu sendiri abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik dan buruk. Menurut Frank Jefkins terdapat 6 jenis

¹⁴ Rosady Ruslan. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1998) h. 298

citra yaitu: ¹⁵ citra bayangan, citra yang berlaku, citra harapan, citra perusahaan, citra majemuk dan citra penampilan.

1. Citra Bayangan

Citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya. Citra ini sering kali tidaklah tepat, bahkan hanya sekedar ilusi, sebagai akibat dari tidak memadainya informasi, pengetahuan ataupun pemahaman yang dimiliki oleh kalangan dalam organisasi itu mengenai pendapat atau pandangan pihak-pihak luar.

2. Citra yang Berlaku

Citra yang berlaku adalah suatu citra yang melekat pada piha-pihak luar mengenai suatu organisasi.

3. Citra Harapan

Citra harapan adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen atau organisasi. Biasanya citra harapan lebih baik dan lebih menyenangkan dari pada citra yang ada, walaupun dalam kondisi tertentu, citra yang selalu baik juga bisa merepotkan. Namun secara umum yang disebut dengan citra harapan itu memang sesuatu yang berkonotasi lebih baik.

4. Citra Perusahaan

Citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan pelayanannya saja. Citra perusahaan terbentuk

¹⁵ Syariff uddin S. Gassing dan Suryanto, *Public Relations*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2016) h. 158

oleh banyak hal. Hal-hal positif yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan adalah sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang. Keberhasilan-keberhasilan dalam bidang keuangan yang diraihinya, sukses ekspor, hubungan industry yang baik, reputasi dalam pecipta lapangan kerja dalam jumlah yang besar, kesediaan turut memikul tanggung jawab sosial, komitmen mengadakan riset dan sebagainya.

5. Citra majemuk

Setiap perusahaan atau organisasi pasti memiliki banyak pegawai. Masing-masing individu memiliki perilaku sendiri, sehingga secara sengaja atau tidak. Mereka pasti memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan secara keseluruhan. Jumlah citra yang dimiliki suatu perusahaan boleh dikatakan sama banyaknya dengan jumlah pegawai yang dimilikinya. Untuk menghindari berbagai hal yang tidak diinginkan, variasi citra itu harus ditekan seminim mungkin dan citra perusahaan secara keseluruhan harus ditegakkan. Banyak cara untuk itu, antara lain adalah dengan mewajibkan semua karyawan mengenakan pakaian seragam, menyamakan jenis dan warna mobil dinas, bentuk toko yang khas, simbol-simbol tertentu dan sebagainya.

6. Citra Penampilan

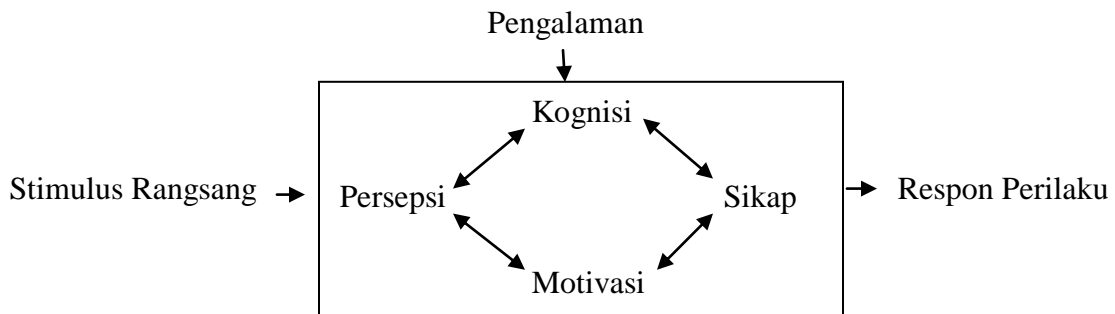
Citra penampilan lebih ditunjukkan kepada subjeknya, bagaimana kinerja atau penampilan para professional.

Dari beberapa jenis citra yang telah dijelaskan diatas, setiap citra yang terbentuk selalu bersifat positif dan negatif yang bersumber dari adanya citra-citra yang berlaku. Citra humas yang ideal adalah kesan yang benar, yakni sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya.

Untuk meningkatkan citra yang diinginkan, maka suatu perusahaan atau organisasi harus dapat melakukan komunikasi yang baik kepada target sasarannya baik itu public internal maupun public eksternal. Kenyataan yang ditemui pada perusahaan bahwa negativenya citra itu karena ada isu-isu yang tidak jelas membuat konflik antara public dan perusahaan atau organisasi. Menurut Harrison isu adalah “berbagai perkembangan, biasanya di dalam arena public, yang jika berlanjut dapat secara signifikan memengaruhi operasional atau kepentingan jangka panjang dari organisasi”.

Dapat disebut bahwa isu adalah titik awal munculnya konflik jika tidak dikelola dengan baik. Walaupun isu dapat berkembang secara tidak terduga dan bisa menghasilkan hasil yang tak diharapkan, isu dapat diantisipasi.pada dasarnya, organisasi atau perusahaan mempunyai kesadaran yang tinggi tentang peristiwa-peristiwa yang berpotensi memengaruhi aktivitasnya. Semua itu tergantung pada kemampuan humas untuk memonitor lingkungannya. Dengan mengetahui isu-isu potensial, organisasi atau perusahaan dapat menyiapkan strategi yang tepat dengan menggunakan isu tersebut untuk meningkatkan reputasinya.

Menurut John S. Nimpoeno dalam buku proses pembentukan citra dalam struktur kognitif adalah sebagai berikut: ¹⁶



Gambar 2.1 Proses Pembentukan Citra

Model pembentukan citra ini menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar organisasi dapat mempengaruhi respons. Stimulus yang diberikan pada individu dapat diterima atau ditolak. Jika rangsang ditolak proses selanjutnya tidak akan berjalan, hal ini menunjukkan bahwa rangsang tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi individu karena tidak ada perhatian dari individu. Sebaliknya, jika rangsang itu diterima oleh individu berarti terdapat komunikasi dan terdapat perhatian dari organisasi dengan demikian proses selanjutnya dapat berjalan.

Empat komponen persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap diartikan sebagai citra individu terhadap rangsang.

- a. Persepsi adalah sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain, individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalaman mengenai rangsang.
- b. Kognisi adalah suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus. Keyakinan akan timbul apabila individu telah mengerti rangsang

¹⁶ Soleh Soemirat dan Elinaro Ardianto, *Dasar-dasar Public Relations*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya) h. 115

tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.

- c. Motivasi yang ada akan menggerakkan respons seperti yang diinginkan oleh pemberi rangsang. Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu untuk mencapai suatu tujuan.
- d. Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpikir, berpersepsi dan merasa dalam menghadapi ide, objek, situasi, atau nilai. Sikap menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu menentukan apa yang disukai, diharapkan dan diinginkan.¹⁷

Dengan demikian strategi humas dalam meningkatkan citra organisasi pemerintahan perlu aspek-aspek pendekatan yaitu: mendefinisikan masalah, perencanaan, komunikasi dan evaluasi. Untuk meningkatkan citra yang diinginkan perlunya komunikasi yang baik antara organisasi pemerintahan dan publik. Menurut John S. Nimpoeno proses pembentukan citra menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar organisasi dapat mempengaruhi respons yang baik dan buruk. Respons baik dari publik bisa meningkatkan citra suatu organisasi sedangkan respons buruk dari publik bisa mempengaruhi citra suatu organisasi perusahaan menurun.

¹⁷ *Ibid.* h.90

BAB III

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Satuan Polisi Pamong Praja

Satuan polisi pamong praja adalah perangkat Pemerintah Daerah dalam memelihara ketentraman dan ketertiban umum serta menegakkan Peraturan Daerah. Satuan Polisi Pamong Praja berdiri pada tahun 1950 di Kota Jogyakarta. Keputusan mandagri Nomor 32/2/20 dan Nomor 32/2/21 tanggal 3 Maret 1950 diberi nama Kesatuan Polisi Pamong Praja. Berdasarkan peraturan menteri pemerintahan umum dan otonomi daerah Nomor 10 tahun 1962 tanggal 11 Juli 1962 Kesatuan Polisi Pamong Praja di ubah menjadi Pagar Baya.

Satuan Polisi Pamong Praja di atas berdasarkan Keputusan peraturan menteri pemerintahan umum dan otonomi daerah Nomor 1 tahun 1963 tanggal 11 Februari dengan nama Pagar Baya menjadi Kesatuan Pagar Praja. Undang-undang Nomor 5 tahun 1974 diubah menjadi Polisi Pamong Praja. Undang-undang Nomor 32 tahun 2004 tentang pemerintahan Daerah dan Peraturan pemerintah Nomor 32 tahun 2004 tentang pendoman Satuan Polisi Pamong Praja, yang dimaksud Polisi Pamong Praja adalah aparatur pemerintah daerah yang bertugas membantu kepala daerah dalam memelihara dan menyelenggarakan ketentraman dan ketertiban, menegakkan peraturan kepala daerah.

1. Kewenangan:

Menertibkan dan menindak warga masyarakat atau badan hukum yang mengganggu ketentraman dan ketertiban umum, melaksanakan pemeriksaan terhadap warga masyarakat atau badan hukum yang melakukan pelanggaran atas peraturan daerah dan peraturan kepala daerah dengan melakukan tindakan refresif Non yustisial.

2. Kewajiban:

- a) Menjunjung tinggi norma hukum, norma agama, hak asasi manusia dan norma sosial lainnya yang hidup dan berkembang dalam masyarakat.
- b) Membantu menyelesaikan perselisihan warga masyarakat yang dapat mengganggu ketentraman dan ketertiban umum.
- c) Melaporkan kepada kepolisian Negara Republik Indonesia atas ditemukannya atau patut diduga adanya pidana yang bersifat pelanggaran atau kejahatan.
- d) Menyerahkan kepada PPNS atas ditemukannya atau patut diduga adanya pelanggaran terhadap peraturan daerah dan peraturan kepala Daerah.

Perlengkapan perorangan Polisi Pamong Praja berdasarkan peraturan menteri dalam negeri Nomor 35 tahun 2005 tentang pedoman pakaian dinas, perlengkapan dan peralatan Satuan Polisi Pamong Praja antara lain: tongkat karet, tongkat rotan panjang, borgol, tameng terbuat dari feber glas, senter,

ferlap berikut sarung, tas/ransel standar TNI, jaket/jas hujan, rompi, alat pengaman gas ajektordengan amunisi, gas air mata, senjata api genggam antara lain: revolper dapat digunakan dengan peluru tajam/ peluru karet/ gas air mata/ peluru hampa/ sedangkan laras panjang berbentuk senapan angina dapat digunakan memakai peluru tajam/ peluru hampa dan peluru gas, sangkur/ pisau belati, kartu anggota, alat kejut/ beladiri beraliran listrik.¹

B. Sejarah Singkat Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang

Mulai terbentuk tahun 2000 bernama kantor satuan polisi pamong praja. Tahun 2001 berubah menjadi dinas polisi pamong praja Berdasarkan perda kota Palembang nomor 6 tahun 2006 berubah menjadi satuan polisi pamong praja. Perda Nomor 6 Tahun 2006 membahas tentang pembentukan susunan organisasi dan tata kerja sat. Pol. Pp kota Palembang, (saat itu sat linmas belum masuk di sat pol pp).

Maka diubah menjadi Perda Nomor 6 Tahun 2012 tentang pembentukan organisasi dan tata kerja sat. Pol. Pp kota Palembang (sudah masuk sat linmas) maka tugas pokok dan fungsinya menegakkan perda dan atau peraturan walikota, menyelenggarakan ketertiban umum dan ketentraman masyarakat serta perlindungan masyarakat (pasal 4). Peraturan walikota Palembang nomor 29 tahun 2012 tentang pelaksanaan perda kota Palembang nomor 6 tahun 2012. Standar operasional prosedur (sop) sat. Pol. Pp kota Palembang sedang dalam proses tanda tangan dari walikota Palembang.

¹ Satpol PP, Prolog Sejarah Singkat Polisi Pamong Praja.pdf, Diakses pada tanggal, 17 November 2017.

Dalam melaksanakan tugas, fungsi dan kewenangan Polisi Pamong Praja berpedoman pada:

- a) Peraturan mendagri No. 26 tahun 2005 tentang pedoman prosedur tetap operasional Satuan Polisi Pamong Praja.
- b) Perda No. 15 tahun 2004 tentang pembinaan operasional penyidik pegawai Negeri sipil (PPNS).
- c) Perda Kota Palembang No. 6 tahun 2006 tentang pembentukan, susunan, organisasi dan tata kerja Satuan Polisi Pamong Praja.
- d) Perda Kota Palembang No. 44 tahun 2002 jo perda Kota Palembang No. 13 tahun 2007 tentang ketentraman dan ketertiban.
- e) Keputusan Walikota Palembang No. 12 tahun 2004 tentang mekanisme dan prosedur tetap pengawasan penertiban dan tindakan hukum terhadap pelanggaran perda dan perundang-undangan yang berlaku.
- f) Peraturan Walikota Palembang No. 54 tahun 2008 tentang petunjuk pelaksana operasional PPNS dalam penyidikan dan penegakan hukum pelanggaran Perda dan peraturan Walikota Palembang.
- g) Peraturan Pemerintah No. 6 tahun 2010 tentang Satuan Polisi Pamong Praja (PSL. 24 operasional Sat. Pol. PP dengan senjata api).
- h) Permendagri No. 26 tahun 2010 tentang penggunaan senjata api.²

C. Visi dan Misi

Visi:

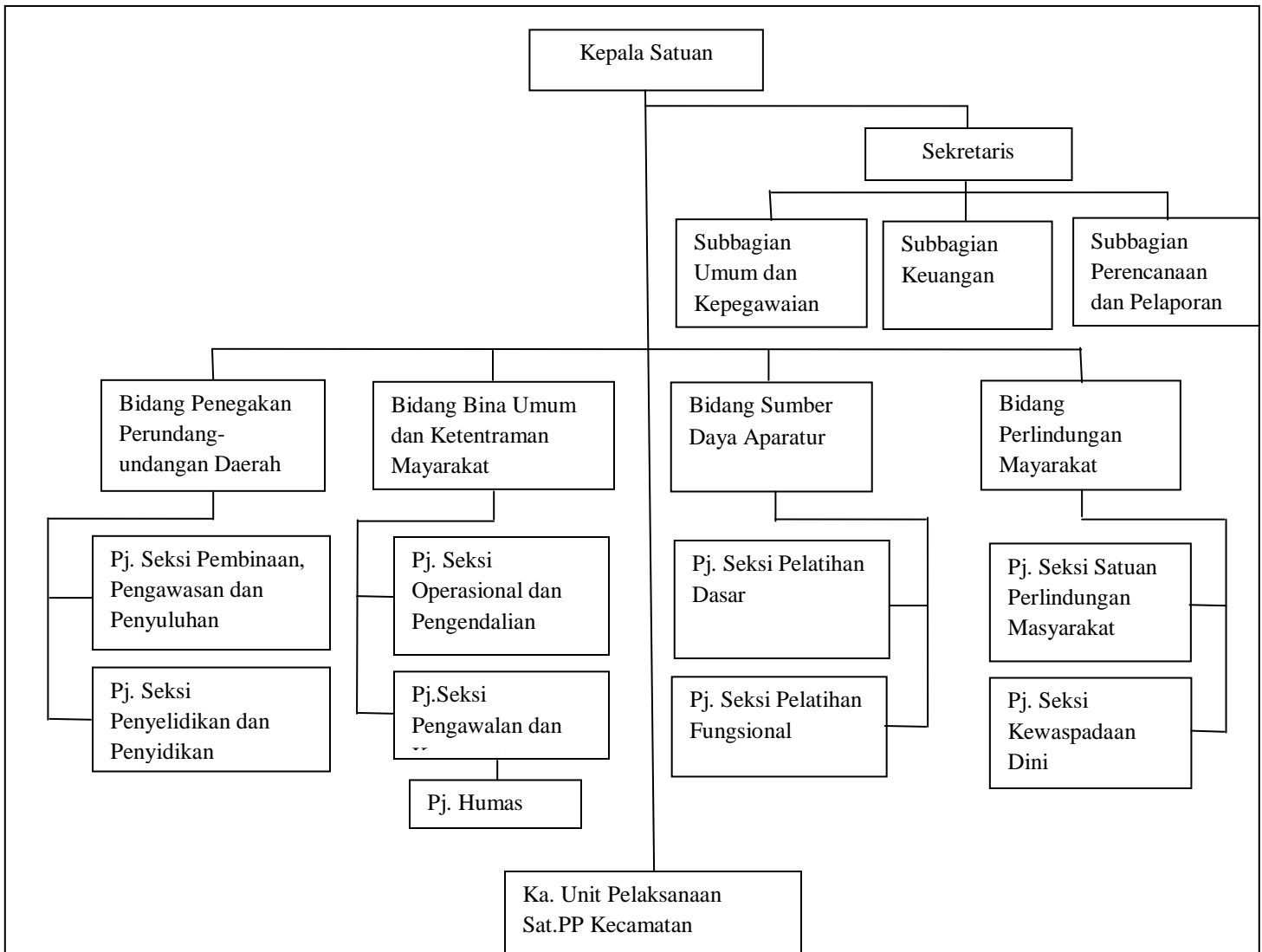
Dalam rangka mendukung visi pemerintah Kota Palembang, “Palembang emas tahun 2018 dan ASIAN GAMES 2018”, maka ditetapkan visi yang ingin diwujudkan oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang tahun 2013-2018 sebagai berikut: “terwujudnya keamanan di masyarakat”.

² Satpol PP, Sejarah Singkat Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang, Diakses pada tanggal, 17 November 2017

Misi:

1. Meningkatkan keamanan dan ketertiban serta kenyamanan dalam wilayah kota Palembang.
2. Menciptakan pelayanan yang prima serta professional terhadap masyarakat khususnya di bidang ketertiban umum dan ketentraman masyarakat.
3. Satpol PP bukan lagi sebagai musuh atau antipasti di mata masyarakat, namun sebagai petugas yang dibutuhkan, dihormati, dan dicintai masyarakat.
4. Motto Satpol PP Kota Palembang “Bertakwa, berwibawa, humanis”.

D. Struktur Organisasi



Keterangan:

Bahwa struktur organisasi di atas berdasarkan tingkatan eselon yaitu.

Kepala satuan memiliki jabatan struktural eselon II A, Sekretaris memiliki jabatan struktural eselon III A, kepala bidang memiliki jabatan struktural eselon III B, kepala subbagiian dan Seksi memiliki jabatan struktural eselon IV A.

Gambar 3.1 Stuktur Organisasi Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang

E. Tugas, Fungsi, dan Kewenangan³

1. Kepala Satuan Polisi Pamong Praja

Kesatuan polisi pamong praja mempunyai tugas melaksanakan urusan pemerintahan di bidang ketentraman dan ketertiban umum serta perlindungan masyarakat sub urusan ketentraman dan ketertiban umum berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan petunjuk pelaksanaannya.

- a. Sekretaris mempunyai tugas membantu kepala satuan polisi pamong praja dalam mengkoordinasikan perencanaan, keuangan dan pelaporan serta urusan administrasi umum, perkantoran, kehumasan dan kepegawaian.
- b. Untuk melaksanakan tugas sebagaimana di maksud pada ayat (1), sekretaris mempunyai fungsi :
 - 1) Koordinasi penyusunan dokumen perencanaan, keuangan, dan pelaporan.
 - 2) Pelaksanaan urusan administrasi umum.
 - 3) Pelaksanaan urusan rumah tangga, perlengkapan dan perkantoran.
 - 4) Pelaksanaan urusan administrasi kepegawaian.
 - 5) Pelaksanaan urusan kehumasan

³ Tupoksi Satpol PP, Perwako 71 Tahun 2016 Tentang Tupoksi Satpol PP.pdf, Diakses pada tanggal, 17 November 2017.

2. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian

Sub bagian umum dan kepegawaian mempunyai tugas yaitu:

- a. Menyusun rencana program dan kegiatan sub bagian umum dan kepegawaian.
- b. Mengelola administrasi umum dan surat menyurat.
- c. Mengelola kearsipan dan kepustakaan.
- d. Mengelola administrasi barang, perlengkapan dan kendaraan dinas.
- e. Mengelola urusan rumah tangga, kehumasan dan keprotokolan.
- f. Mengelola administrasi kepegawaian dan perjalanan dinas.
- g. Melaporkan hasil kerja dan capaian kinerja
- h. Melaksanakan tugas kedinasan lain sesuai dengan bidang tugasnya.

3. Sub Bagian Keuangan

Sub bagian keuangan mempunyai tugas yaitu:

- a. Menyusun rencana program dan kegiatan sub bagian keuangan.
- b. Menyusun rencana anggaran kerja satuan.
- c. Menyusun rencana plafon kebutuhan anggaran dan penggunaan anggaran.
- d. Mengelola administrasi keuangan belanja langsung dan belanja tidak langsung.
- e. Menyusun dan menganalisa laporan keuangan.
- f. Mengontrol kegiatan pembendaharaan, verifikasi dan pembukuan/akuntansi.

- g. Melaporkan hasil kerja capaian kinerja.
- h. Melaksanakan tugas kedinasan lain sesuai dengan bidang tugasnya.

4. Sub Bagian Perencanaan dan Pelaporan

Sub bagian perencanaan dan pelaporan mempunyai tugas yaitu:

- a. Menyusun rencana program dan kegiatan sub bagian perencanaan dan pelaporan.
- b. Melaksanakan koordinasi penyusunan program dan kegiatan antar bidang.
- c. Menyusun dokumen perencanaan satuan.
- d. Mengukur capaian kinerja program dan kegiatan bidang.
- e. Monitoring dan evaluasi capaian kinerja dinas.
- f. Menyusun dokumen pelaporan satuan.
- g. Melaporkan hasil kerja capaian kinerja.
- h. Melaksanakan tugas kedinasan lain sesuai dengan bidang tugasnya.

5. Bagian Hubungan Masyarakat

Bagian hubungan masyarakat (Humas) mempunyai tugas dan fungsi yaitu mempunyai tugas melaksanakan hubungan media massa, sosialisasi kegiatan kepada opini publik internal dan eksternal.

6. Bidang Penegakan Perundang-Undangan Daerah

- a. Bidang penegakan perundang-undangan daerah, mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas satuan di bidang penegakan perundang-undangan daerah.

- b. Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), bidang penegakan perundang-undangan daerah mempunyai fungsi yaitu:
- 1) Penyusunan rencana program kerja dan kegiatan di bidang penegakan perundang-undangan daerah.
 - 2) Perumusan petunjuk teknis pelaksanaan kegiatan di bidang penegakan perundang-undangan daerah.
 - 3) Pelaksanaan kebijakan di bidang penegakan perundang-undangan daerah.
 - 4) Penyelenggaraan pembinaan dan pengendalian di bidang perundang-undangan daerah.
 - 5) Pelaksanaan koordinasi dengan lembaga dan instansi lainnya untuk kelancaran pelaksanaan tugas.
 - 6) Penyelenggaraan monitoring dan evaluasi kegiatan di bidang penegakan perundang-undangan daerah.
 - 7) Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

7. Seksi Pembinaan, Pengawasan Dan Penyuluhan

Seksi pembinaan, pengawasan dan penyuluhan melaksanakan tugasnya:

- a. Menyusun rencana program kerja dan kegiatan pembinaan, pengawasan dan penyuluhan.
- b. Merumuskan petunjuk teknis pelaksanaan kegiatan pembinaan, pengawasan dan penyuluhan.

- c. Melaksanakan kebijakandi seksi pembinaan, pengawasan dan penyuluhan.
- d. Menyelelengarkan pembinaan dan pengendalian di seksi peminanaan, pengawasan dan penyuluhan.
- e. Melaksanakan koordinasi dengan lembaga dan instansi lainnya untuk kelancaran pelaksanaan tugas.
- f. Melakukan monitoring dan evaluasi kegiatan penyelidikan dan penyidikan.
- g. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

8. Bidang Ketertiban Umum dan Ketentraman Masyarakat

- a. Bidang ketertiban umum dan ketentraman masyarakat, mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas satuan di bidang ketertiban umum dan ketentraman masyarakat.
- b. Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Bidang ketertiban umum dan ketentraman masyarakat mempunyai tugas:
 - 1) Penyusunan rencana program kerja dan kegiatan di bidang ketertiban umum dan ketentraman masyarakat.
 - 2) Perumusan petunjuk teknis pelaksanaan kegiatan di bidang ketertiban umum dan ketentraman masyarakat.
 - 3) Pelaksanaan kebijakan di bidang ketertiban umum dan ketentraman masyarakat.

- 4) Penyelenggaraan pembinaan dan pengendalian di bidang ketertiban umum dan ketentraman masyarakat.
- 5) Pelaksanaan koordinasi dengan lembaga dan instansi lainnya untuk kelancaran pelaksanaan tugas.
- 6) Penyelenggaraan monitoring dan evaluasi ketentraman masyarakat.
- 7) Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

9. Seksi Operasional dan Pengendalian

Seksi Operasional dan Pengendalian mempunyai tugas yaitu:

- a. Menyusun rencana program dan kegiatan seksi operasional dan pengendalian.
- b. Melakukan pengawasan dan penjagaan tempat-tempat penting antara lain rumah dinas walikota/wakil walikota, ruang kerja walikota, wakil walikota, sekretaris daerah dan kunjungan kerja walikota/ wakil walikota, tempat kedatangan tamu-tamu VIP, gedung dan asset penting serta upacara atau acara-acara penting lainnya.
- c. Melakukan patrol ke tempat-tempat atau lokasi yang dianggap rawan dan tempat-tempat keramaian atau hiburan.
- d. Melakukan pengawasan terhadap para pejabat dan tamu-tamu penting.
- e. Melakukan koordinasi dengan unit kerja terkait untuk kelancaran pelaksanaan tugas.

- f. Melaporkan hasil kerja capaian kinerja.
- g. Melaksanakan tugas kedinasan lain sesuai dengan bidang tugasnya.

10. Seksi Pengawasan dan Kesamaptaan

Seksi pengawasan dan kesamaptaan mempunyai tugas yaitu:

- a. Menyusun rencana program dan kegiatan seksi pengawasan dan kesamaptaan.
- b. Menyusun petunjuk teknis penyelenggaraan kerjasama.
- c. Melakukan kegiatan pengamanan unjuk rasa dan kerusuhan massa.
- d. Melakukan kegiatan pengamanan terhadap usaha kegiatan yang dilakukan secara massa.
- e. Mengatur jadwal operasional patroli, pengawasan, dan penjagaan.
- f. Melakukan bimbingan dan pengawasan terhadap pengamanan kantor.
- g. Melakukan patroli pengawasan, ketentraman dan ketertiban umum dalam penegakan peraturan daerah dan peraturan walikota.
- h. Melakukan usaha dan kegiatan untuk mencegah timbulnya kriminalitas.
- i. Melakukan kerjasama dengan pihak kepolisian dalam rangka penanganan unjuk rasa dan kerusuhan massa.
- j. Melakukan koordinasi dengan unit kerja terkait, untuk kelancaran pelaksanaan tugas.
- k. Melaksanakan pengawasan, pemantau, dan pembinaan pelaksanaan peraturan daerah.
- l. Melaporkan hasil kerja dan capaian kinerja.

m. Melaksanakan tugas kedinasan lain sesuai dengan bidang tugasnya.

11. Bidang Sumber Daya

- a. Bidang sumber daya aparatur, mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas dinas di bidang sumber daya aparatur.
- b. Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), bidang sumber daya aparatur mempunyai fungsi:
 - 1) Penyusunan rencana program kerja dan kegiatan di bidang sumber daya aparatur.
 - 2) Perumusan petunjuk teknis pelaksanaan kegiatan di bidang sumber daya aparatur
 - 3) Pelaksanaan kebijakan di bidang sumber daya aparatur.
 - 4) Penyelenggaraan pembinaan dan pengendalian di bidang sumber daya aparatur.
 - 5) Pelaksanaan koordinasi dengan lembaga dan instansi lainnya untuk kelancaran pelaksanaan tugas.
 - 6) Penyelenggaraan monitoring dan evaluasi kegiatan di bidang sumber daya aparatur.
 - 7) Penyusunan dan melaporkan pelaksanaan tugas.
 - 8) Pelaksanaan tugas-tugas lainnya sesuai dengan bidang tugasnya.

12. Seksi Pelatihan Dasar

Seksi pelatihan dasar mempunyai tugas:

- a. Menyusun rencana program dan kegiatan seksi pelatihan dasar.

- b. Memeriksa hasil pelaksanaan tugas bawahan sesuai peraturan dan prosedur yang berlaku agar diperoleh hasil kerja yang benar dan akurat.
- c. Menyelenggarakan pelatihan dasar untuk peningkatan kapasitas personil.
- d. Menyusun petunjuk teknis pelaksanaan pelatihan dasar.
- e. Melakukan koordinasi dan kerjasama dengan instansi terkait untuk penyiapan materi pelatihan dasar.
- f. Menganalisa kebutuhan personil yang akan mengikuti pelatihan dasar.
- g. Menyelenggarakan bimbingan dan supervisi dalam rangka pelaksanaan tugas satuan.
- h. Menyelenggarakan bimbingan dan pembinaan etika profesi, pengembangan pengetahuan dan pengalaman di bidang pamong praja.
- i. Melakukan koordinasi dengan unit kerja terkait untuk kelancaran pelaksanaan tugas.
- j. Melaporkan hasil kerja capaian kinerja.
- k. Melaksanakan tugas kedinasan lain sesuai dengan bidang tugasnya.

13. Seksi Fungsional

Seksi fungsional mempunyai tugas yakni:

- a. Menyusun rencana program dan kegiatan seksi teknis fungsional.
- b. Menyelia bawahan sesuai pelaksanaan pekerjaan agar tercapai tujuan kinerja yang diharapkan.

- c. Memeriksa hasil pelaksanaan tugas bawahan sesuai peraturan dan prosedur yang berlaku agar diperoleh hasil kerja yang benar dan akurat.
- d. Melakukan pendapatan personil yang akan mengikuti pelaksanaan teknis fungsional.
- e. Mengusulkan nama-nama personil satuan yang akan mengikuti pelatihan teknis fungsional.
- f. Menyelenggarakan pelatihan-pelatihan teknis fungsional dalam rangka meningkatkan keterampilan dan keahlian personil satuan.
- g. Melakukan kerjasama dengan lembaga-lembaga lain.
- h. Melakukan koordinasi dengan unit kerja terkait untuk kelancaran pelaksanaan tugas.
- i. Menyelenggarakan monitoring dan evaluasi kegiatan teknis fungsional.
- j. Menilai prestasi kerja staf berdasarkan hasil kerja yang telah dicapai sebagai bahan peningkatan karir.
- k. Memberikan saran dan pertimbangan teknis kepada kepala bidang tentang langkah-langkah dan tindakan yang perlu diambil sesuai bidang tugasnya.
- l. Melaporkan hasil kerja dan capaian kinerja.
- m. Melaksanakan tugas kedinasan lain sesuai dengan bidang tugasnya.

14. Bidang Perlindungan Masyarakat

- a. Bidang perlindungan masyarakat mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas satuan di bidang perlindungan masyarakat.

b. Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), bidang perlindungan masyarakat mempunyai fungsi yakni:

- 1) Penyusunan rencana program kerja dan kegiatan di perlindungan masyarakat.
- 2) Perumusan petunjuk teknis pelaksanaan kegiatan di bidang perlindungan masyarakat.
- 3) Pelaksanaan kebijakan di bidang perlindungan masyarakat.
- 4) Penyelenggaraan pembinaan dan pengendalian di bidang perlindungan masyarakat.
- 5) Pelaksanaan koordinasi dan kerjasama dengan instansi terkait.
- 6) Melaporkan hasil kerja dan capaian kinerja.
- 7) Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh atasan.

15. Seksi Satuan Linmas

Seksi satuan linmas mempunyai tugas yakni:

- a. Menyusun rencana program dan kegiatan dinas dan seksi satuan perlindungan masyarakat.
- b. Menyusun pola operasional mengenai kegiatan-kegiatan di bidang perlindungan masyarakat.
- c. Melaksanakan evaluasi dan fasilitasi pelaksanaan informasi dan kesiagaan.

- d. Memfasilitasi perlindungan masyarakat dan penanggulangan bencana yang meliputi kegiatan pencegahan, kesiapsiagaan, penyelamatan rehalibitasi dan rekonstruksi.
- e. Memfasilitasi penanganan pengungsi yang meliputi pemberian bantuan darurat, pembinaan, pegembalian, penindakan/ relokasi dan rekonsiliasi.
- f. Membantu dalam pemerliharaan keamanan, ketentramandan ketertiban masyarakat.
- g. Memfasilitasi peningkatan kapasitas anggota perlindungan masyarakat melalui pendidikan dan pelatihan dasar perlindungan masyarakat.
- h. Membantu dalam pemerliharaan keamanan, ketentraman dan ketertiban masyarakat.
- i. Membantu penyelenggaraan keamanan dan ketertiban dalam penyelenggaraan pemilihan umum dan pemilihan kepala daerah.
- j. Menyelenggarakan monitoring dan evaluasi kegiatan satuan linmas.
- k. Memberikan saran dan pertimbangan teknis kepada kepala satuan tentang langkah-langkah dan tindakan yang perlu diambil sesuai bidang tugasnya.
- l. Melaporkan hasil kerja dan capaian kinerja.
- m. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang sesuai dengan bidang tugasnya.

16. Seksi Kewaspadaan Dini

Seksi kewaspadaan dini mempunyai tugas yakni:

- a. Menyusun rencana program dan kegiatan dinas dan seksi kewaspadaan dini.
- b. Menyiapkan dan melaksanakan kerjasama dengan lembaga dan instansi terkait dalam rangka deteksi dini, kerjasama intelkam, secara pengawasan orang/ lembaga asing sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan program kerja.
- c. Melaksanakan dan membina upaya kewaspadaan sumber daya manusia aparatur dalam bidang kewaspadaan dini.
- d. Melakukan koordinasi dengan unit kerja terkait, untuk kelancaran pelaksanaan tugas.
- e. Menyiapkan dan melaksanakan Pembina sumber daya manusia aparatur dalam bidang kewaspadaan dini.
- f. Memfasilitasi bimbingan dan pengawasan untuk membentuk siskamling di lingkungan masyarakat.
- g. Melaporkan hasil kerja dan capaian kinerja.
- h. Melaksanakan tugas kedinasan lain sesuai dengan bidang tugasnya.

F. Jumlah Keseluruhan Anggota Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang

No	Golongan Ruang		ESELon				Pendidikan				
			II.a	III.a	III.b	IV.a	S.2	S.1	D.1-D3	SLTA	SLTP
1.	GOL. IV.B	1 ORANG									
2.	GOL. IV.A	3 ORANG									
3.	GOL. III.D	4 ORANG									
4.	GOL. III.C	18 ORANG									
5.	GOL. III.B	47 ORANG									
6.	GOL. III.A	34 ORANG									
7.	GOL. II.D	5 ORANG									
8.	GOL. II.C	56 ORANG									
9.	GOL. II.B	33 ORANG									
10.	GOL. II.A	7 ORANG									
11.	GOL. I.D	3 ORANG									
12.	GOL. I.C	3 ORANG									
13.	GOL. I.B	-									
14.	GOL. I.A	-									

Tabel. 3.1 Jumlah Pegawai PNS Satpol PP Kota Palembang

Berdasarkan tabel di atas data yang di peroleh yaitu Pegawai PNS Satpol PP terdiri dari 199 orang yang masing-masing di bagi beberapa golongan yaitu Gol. I.A dan B tidak ada, Gol. I.C ada 3 orang, Gol. I.D ada 3 orang, Gol. II.A ada 7 orang, Gol. II.B ada 33 orang, Gol. II.C ada 56 orang, Gol. II.D ada 5 orang, Gol. III.A ada 34 orang, Gol. III.B ada 47 orang, Gol. III.C ada 18 orang, Gol. III.D ada 4 orang, Gol. IV.A ada 3 orang, dan Gol. IV.B ada 1 orang. Sedangkan rinciannya terdiri dari laki-laki berjumlah 165 orang dan perempuan berjumlah 34 orang.

Sedangkan Pegawai kerja honor kontrak / (tenaga non pegawai negeri sipil daerah) Satpol PP berjumlah keseluruhan 350 orang yang terdiri dari laki-laki 304 orang dan perempuan 46 orang. Dan Pegawai harian lepas disini seperti cleaning service tanggung jawab kepada kepala satuan Satpol PP. Pegawai harian lepas berjumlah keseluruhan 7 orang yang terdiri dari laki-laki 6 orang dan perempuan 1 orang. Jumlah keseluruhan pegawai Satpol PP yaitu pns, tenaga non pegawai negeri sipil daerah dan phl (sk. Kepala satuan) : 556 orang.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang dalam Meningkatkan Citra di Masyarakat

Strategi humas satuan polisi pamong praja kota palembang dalam meningkatkan citra di masyarakat terdapat faktor pendukung dan faktor penghambat. Faktor pendukung ialah faktor-faktor yang dapat membantu atau mempermudah proses kerja humas Satpol PP dalam meningkatkan citra di masyarakat. Sedangkan faktor penghambat ialah faktor-faktor yang memperlambat atau mempersulit proses humas Satpol PP dalam meningkatkan citra di masyarakat.

Secara garis besar, di sampaikan oleh Budi Norma, SE., M.SI. Humas Satpol PP Kota Palembang bahwa:

“Faktor pendukung humas Satpol PP dalam meningkatkan citra di masyarakat yaitu sumber daya manusia (SDM), sarana prasarana sedangkan faktor penghambat humas Satpol PP dalam meningkatkan citra di masyarakat yaitu minimnya anggaran dan persepsi masyarakat”.¹

¹ Budi Norma, Pejabat Humas Satpol PP Kota Palembang, Wawancara Pribadi 09 November 2017

Selanjutnya secara terperinci peneliti akan menguraikan faktor pendukung dan faktor penghambat humas Satpol PP Kota Palembang dalam meningkatkan citra di masyarakat.

1. Faktor Pendukung

Sumber daya manusia salah satu faktor yang penting dari organisasi. Sumber daya manusia yang ada pada suatu organisasi sebagai penggerak untuk membuat program-program humas. Sumber daya manusia pada Satpol PP sudah bekerja dengan baik sesuai dengan tugasnya. Selain itu, sarana dan prasarana juga membantu dalam menjalankan kinerja humas. Sarana dan prasarana yang ada pada humas Satpol PP Kota Palembang semuanya dalam keadaan baik dan berfungsi dengan baik sesuai dengan fungsinya sehingga membantu kinerja humas dan melaksanakan program-programnya. Sarana dan prasarana sangat dibutuhkan humas mengingatkan peran, ruang lingkup dan sasaran kegiatan humas sangat banyak terutama yang berkaitan dengan publik eksternalnya. Dalam hal ini publik eksternal humas Satpol PP adalah masyarakat Kota Palembang. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Budi Norma, SE., M.SI.

“ Sumber daya manusia pada humas Satpol PP sudah bekerja dengan sangat baik sesuai dengan bidang dan kemampuannya masing-masing.

Sarana dan prasarana humas Satpol PP sudah cukup baik meskipun alat-alat masih kurang”.²

2. Faktor Penghambat

Sosialisasi yang dilakukan Humas Satpol PP Kota melalui pendekatan-pendekatan dan pemanfaatan media telah didapatkan faktor penghambat dan pendukung. Faktor penghambat dalam mensosialisasikan program humas adalah minimnya anggaran dalam kegiatan sosialisasi. Hal ini berpengaruh pada terbatasnya penggunaan media yang digunakan Humas Satpol PP Kota Palembang. Terbatasnya penggunaan media dalam sosialisasi karena minimnya anggaran. Hal ini juga berpengaruh pada pemasangan spanduk, dan macam media cetak sosialisasi lainnya. Dalam pelaksanaan sosialisasi yang optimal dibutuhkan sebuah struktur organisasi Humas dan kinerja yang profesional. Organisasi Humas Satpol PP Kota Palembang belum tersusun secara rapi. Selain itu, persepsi masyarakat terhadap Satpol PP juga bisa menghambat kerja humas Satpol PP dalam meningkatkan citra. Masyarakat juga di bagi menjadi dua yaitu masyarakat yang mengerti dan masyarakat yang tidak mengerti dari tugas Satpol PP. Dikatakan oleh M. Ridwan, SH yaitu:

“Terbatasnya anggaran karena lebih memprioritaskan program-program. Contohnya pada program-program yang berhubungan dengan pilkada, pemilu, dan ASEAN Games. Persepsi masyarakat yang negative dan

² Budi Norma, Pejabat Humas Satpol PP Kota Palembang, Wawancara Pribadi 09 November 2017

masyarakat yang ada mengerti dan tidak mengerti visi dan misi Satpol PP”.³

B. Strategi Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang dalam Meningkatkan Citra di Masyarakat.

Di bawah ini adalah hasil penelitian yang penulis dapatkan dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, dokumentasi dan wawancara mendalam dengan *Key Informan*. Teknik penentuan informan dalam penelitian ini adalah benar-benar mengetahui dan terlibat langsung pada pelaksanaan Strategi Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang dalam Meningkatkan Citra di Masyarakat. Sehingga peneliti dapat merangkum informasi yang tepat dan terpercaya. Informan tersebut berjumlah tiga orang, yaitu: Budi Norma, SE., M.SI. (Pejabat Humas Satpol PP Kota Palembang), M. Ridwan, SH. (Bagian Perencanaan dan Pelaporan), dan Surdianda, S. Sos. (Kasubbag Umum dan Kepegawaian).

Selanjutnya, penulis disini menjelaskan secara ringkas tentang Satpol PP dan pentingnya meningkatkan citra di masyarakat, dari latar belakang yang terjadi di lapangan. Pasal Peraturan Daerah Kota Palembang nomor 6 tahun 2016 tentang pembentukan susunan perangkat daerah kota Palembang perlu menetapkan peraturan Walikota Palembang tentang kedudukan, susunan organisasi, tugas dan fungsi serta tata kerja Satpol PP Kota Palembang. Satpol PP merupakan unsur pelaksana urusan pemerintahan bidang ketentraman dan ketertiban umum serta

³ M. Ridwan, Subbagian Perencanaan dan Pelaporan Satpol PP Kota Palembang, Wawancara Pribadi 29 November 2017

perlindungan masyarakat sub bidang urusan ketentraman dan ketertiban umum. Satpol PP dipimpin oleh seorang kepala Satpol PP yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Walikota melalui sekretaris Daerah. Satpol PP juga melaksanakan tugas merumuskan kebijakan teknis, pelaksanaan kebijakan sesuai dengan lingkup tugasnya, penyelenggaraan urusan pemerintah dan pelayanan umum, pelaksanaan evaluasi dan pelaporan sesuai dengan lingkup tugas, pelaksanaan administrasi dinas, pelaksanaan fungsi yang diberikan oleh Walikota terkait dengan tugas dan fungsinya.

Strategi humas merupakan suatu cara untuk menjalankan fungsi komunikasi dalam setiap program dan kegiatan yang dilakukan oleh Satpol PP guna meningkatkan citra dan membentuk opini publik yang positif di masyarakat. Strategi Humas pada prinsipnya memiliki perencanaan yang sesuai dengan rumusan yang telah ditetapkan dan disepakati sebelumnya. Dalam perumusan dan penetapan strategi yang dilakukan pejabat Humas Satpol PP Kota Palembang, tidak terlepas dari pada peran media dan Publik eksternal lainnya. Selain itu Media dan publik eksternal merupakan dua hal yang saling berhubungan dalam meningkatkan citra humas Satpol PP di masyarakat.

Dalam suatu penelitian teori berperan untuk memecahkan masalah, dan membahasnya secara lebih terstruktur. Teori yang digunakan untuk strategi Humas dalam meningkatkan citra di masyarakat yaitu terlebih dahulu Mendefinisikan Permasalahan selanjutnya dilakukan Perencanaan, Komunikasi dan Evaluasi untuk meningkatkan citra di masyarakat yang dilakukan humas Satpol PP Kota Palembang. Maka dari itu, penulis menggunakan teori yang dikemukakan oleh Cultip dan Center

dalam buku Rosady Ruslan. Adapun langkah-langkah kerja humas dalam upaya sebagai landasan acuan untuk pelaksanaan program kerja kehumasan,⁴ yaitu :

1. *Fact Finding* (Mendefinisikan Permasalahan)

Seorang praktisi humas harus mengenal gejala dan penyebab permasalahan. Oleh sebab itu, praktisi humas perlu melibatkan dirinya dalam penelitian dalam pengumpulan fakta. Humas perlu memantau dan membaca tentang opini, sikap, dan perilaku orang-orang yang berkepentingan dan terpengaruhi oleh tindakan perusahaan. Seperti kejadian tindakan kekerasan yang dilakukan Satpol PP terhadap masyarakat hampir merata diseluruh Indonesia yang meliputi penangkapan, pengusuran, pengusiran dan pengeroyokan. Beberapa bulan terakhir tanggal 20 bulan Januari tahun 2017 di dunia maya dihebohkan dengan adanya aksi Satpol PP Kota Palembang yang mengamuk saat menentibkan pedagang kaki lima dan tukang becak di pasar 26 Iilir. Dalam rekaman video yang berdurasi satu menit itu terlihat para petugas menendang dan memukul tukang becak yang melintas disana.

Dalam tahap mendefinisikan permasalahan di atas, Humas satpol PP harus melakukan riset terlebih dahulu agar mendapat gambaran menyeluruh atas masalah yang tengah dihadapi. Mengumpulkan data dan informasi mengenai kejadian yang terjadi. Setelah mendapatkan data dan informasi humas Satpol PP bisa langsung mengolah data yang telah ada, mengadakan perbandingan,

⁴ Rosady Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1998), h. 117

melakukan pertimbangan, dan menghasilkan penilaian, sehingga dapat diperoleh kesimpulan dari data yang telah didapatkan. Seperti yang dikatakan Oleh M. Ridwan, SH., yaitu:

“Proses humas tidak sesederhana pengumpulan data dan fakta, namun juga harus mengedepankan pengolahan, dan penyusunan data sedemikian rupa sehingga memudahkan menyelesaikan masalah terjadi di lapangan. Citra buruk yang ada di masyarakat mengenai Satpol PP yaitu masyarakat menilai bahwa kinerja satpol pp dalam melakukan tuugasnya sering kasar dan lainnya .”⁵

Mendefinisikan permasalahan merupakan cara untuk memperoleh informasi dari publik internal dan eksternal untuk memahami masalah yang dihadapi dengan akurat. ⁶Segala keterangan harus diperoleh selengkap mungkin, dalam pencarian data dapat yang dilakukan dengan cara-cara: Survei, Riset, dan Wawancara.

2. Perencanaan

Setelah tahap mendefinisikan masalah dan pencarian data, praktisi humas melanjutkan ke tahap perencanaan. Untuk melakukan suatu kegiatan dalam meningkatkan citra, dibutuhkan beberapa tahapan dan perencanaan, agar dalam pelaksanaan dapat berjalan dengan lancar. Seperti yang dikatakan Oleh M. Ridwan, SH., yaitu:

“Perencanaan yang dibuat oleh humas satpol pp dalam meningkatkan citra di masyarakat yaitu memperbaiki citra dengan melalui media,

⁵ M. Ridwan, Subbagian Perencanaan dan Pelaporan Satpol PP Kota Palembang, Wawancara Pribadi 29 November 2017

⁶ Morisan, *Manajemen Public Relations*, (Jakarta: Kencana, 2008), h.111

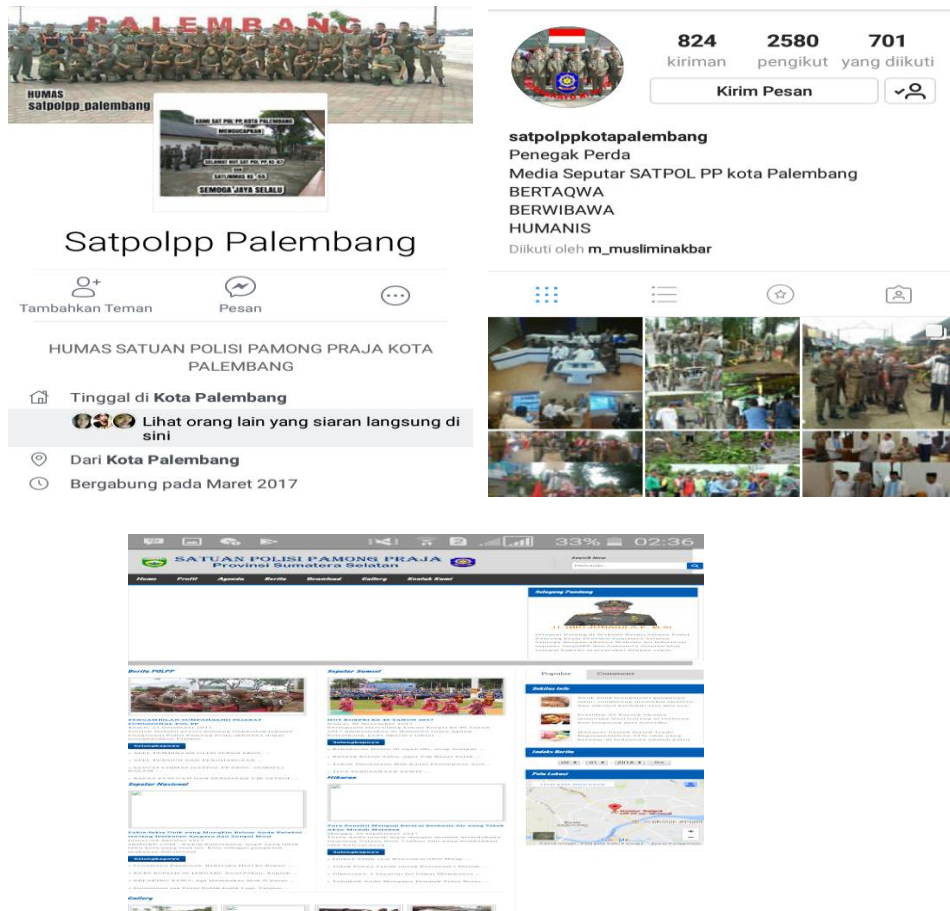
pengamanan Asian Games, dan Humanis.”⁷

Perencanaan merupakan proses dasar bagi organisasi untuk memilih sasaran dan menetapkan bagaimana cara mencapai tujuan institusi/organisasi. Oleh karena itu, perencanaan merupakan tahapan paling penting dari suatu fungsi manajemen, terutama dalam menghadapi lingkungan eksternal. Selain itu, humas Satpol PP juga harus memperhatikan tentang bagaimana cara mensosialisasikan program-program ke masyarakat.

a) Memperbaiki Citra dengan Melalui Media

Memperbaiki citra dengan melalui media adalah cara humas Satpol PP dalam memberikan informasi kepada masyarakat mengenai semua kegiatan sehari-hari dari Satpol PP. Humas Satpol PP memberikan Informasi tentang kegiatan Satpol PP sehari-hari melalui media yang sering di gunakan Satpol PP Kota Palembang yaitu media massa seperti *Website, Facebook, dan Instargam.*

⁷ M. Ridwan, Subbagian Perencanaan dan Pelaporan Satpol PP Kota Palembang, Wawancara Pribadi 29 November 2017



Gambar 4. 1 Facebook, Instagram dan Website Humas Satpol PP

Sumber: Dok. Humas Satpol PP Kota Palembang

Humas Satpol PP juga menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik-publik khususnya dan masyarakat umum. Kerjasama Humas Satpol PP bisa dilakukan dengan melakukan pendekatan ke publik eksternal. Kegiatan hubungan eksternal yang dilakukan oleh Humas Satpol PP, yaitu hubungan dengan komunitas, hubungan dengan lembaga masyarakat sekitar, hubungan dengan media massa dan pers (media dan press relations), hubungan dengan pemerintah. Sedangkan kerjasama internal dilakukan

dengan cara membina hubungan kerjasama dengan atasan, anggota Satpol PP. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Budi Norma, SE., M.SI. (Pejabat Humas Satpol PP Kota Palembang):

“Bentuk-bentuk kerjasama yang dilakukan oleh humas satpol pp dalam membina hubungan baik pada publik eksternal yaitu membina kerjasama dengan KOMINFO, Humas Palembang, dan lain-lain. Sementara beberapa bentuk kerjasama internal yaitu membina hubungan baik dengan atasan, hubungan baik dengan anggota Satpol PP.”

Adapun tujuan humas yaitu untuk menciptakan pemahaman antara perusahaan dengan publiknya, membangun citra perusahaan, membentuk opini publik, dan membentuk kerjasama. Seperti yang dikatakan oleh M.Ridwan, SH., berkaitan tentang tujuan humas Satpol PP yaitu:

“Tujuan humas adalah untuk mengubah dan membentuk pola pikir atau persepsi masyarakat selama ini tentang Satpol PP yang dinilai negatif, arogan, dan terkesan kasar menjadi citra Satpol PP yang positif, serta untuk mempertahankan eksistensi institusi.”⁸

b) Pengamanan *Asian Games*

Dalam memberikan pengamanan Asian Games 2018, Pemerintah membentuk Satpol PP Pariwisata. Satpol PP Pariwisata telah dibekali dengan kemampuan pengawal dan bahasa Inggris untuk memudahkan berkomunikasi dengan wisatawan asing. Tugas Satpol PP Pariwisata menjaga tempat-tempat wisata dan memberikan kenyamanan kepada

⁸ M. Ridwan, Subbagian Perencanaan dan Pelaporan Satpol PP Kota Palembang, Wawancara Pribadi 29 November 2017

masyarakat dalam menikmati wisata dan menghindari dari adanya gangguan sosial seperti pengamen, anak jalanan, jambret, dan kejahatan lain yang sangat meresahkan. Jumlah Satpol PP Pariwisata sekitar 20-30 orang dan disebarkan di berbagai tempat wisata seperti Museum Sultan Mahmud Badaruddin II, Taman Purbakala Siguntang, Pulo Kemaro, Taman Wisata Pundi Kayu dan Benteng Kuto Besak.

Selain Satpol PP Pariwisata, pemerintah Palembang telah meluncurkan layanan SMARTUC (Smart Aspiration to Urban City). Aplikasi ini memanfaatkan teknologi seluler untuk menjangkau seluruh masyarakat dan mempermudah masyarakat untuk mengakses layanan public. Melalui SMARTUC Satpol PP siap memberikan pelayanan prima dalam menegakan Peraturan Daerah menuju Palembang Emas, menuju Palembang Smart City.



Gambar 4. 2 Satpol PP siap melayani masyarakat melalui layanan SMARTUC dan Memperkenalkan tempat wisata kepada wisatawan Asing

Sumber: Dok. Humas Satpol PP Kota Palembang

c) *Humanis* (Memanusiakan Manusia)

Memanusiakan manusia adalah bertujuan untuk menghidupkan rasa perikemanusiaan dan mencita-citakan pergaulan yang lebih baik lagi. Memanusiakan manusia tidak memandang dari bangsa, agama, daerah, suku dan lainnya. Memanusiakan manusia merupakan upaya untuk membuat manusia menjadi lebih berbudaya. Satpol PP Kota Palembang melakukan penertiban atau melaksanakan tugasnya dengan cara memanusiakan manusia. Sebelum satpol PP melaksanakan penertiban melaksanakan tugasnya, Satpol PP telah melakukan pendekatan persuasif kepada masyarakat dengan memberikan peringatan 3 kali terhadap masyarakat yang melanggar Perda. Satpol pp juga sangat memperhatikan kinerjanya, pelayanan publik, dan kepedulian terhadap masyarakat.

3. Komunikasi

Istilah komunikasi juga berasal dari bahasa Latin *communicatio*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis*. Arti *communis* di sini adalah sama, dalam arti kata sama makna, yaitu sama makna mengenai suatu hal.⁹ Jadi, komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan. Maka bisa dikatakan bahwa suatu proses komunikasi tidak akan bisa berlangsung tanpa didukung oleh unsur-unsur; pengirim (*source*), pesan (*message*),

⁹ Onong Uchjana Effendy. *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), h. 3.

saluran/media (*channel*), penerima (*receiver*), dan akibat/pengaruh (*effect*), Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi.¹⁰

Dalam Proses komunikasi dapat diartikan sebagai “transfer informasi” atau pesan-pesan (*messages*) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan, dalam proses komunikasi tersebut bertujuan (*feed back*) untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*) antara kedua belah pihak. Gambaran sederhana dalam proses komunikasi memperlihatkan kaitan antar komponen komunikasi terdapat model komunikasi.

Bentuk-bentuk komunikasi Satpol PP yaitu Komunikasi Antarpribadi, dan Komunikasi Massa yaitu:

a) Komunikasi antarpribadi

Komunikasi antarpribadi adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka, seperti yang dinyatakan R. Wayne Pace bahwa “*Interpersonal communication is communication involving two or more people in a face to face setting*”.¹¹ Komunikasi antarpribadi yang dilakukan Satpol PP dengan mendekati diri kepada masyarakat yaitu dengan pendekatan perusasif. Pendekatan perusasif yang dilakukan humas Satpol PP dengan menetapkan dan merumuskan pesan-pesan informasi sosialisasi yang jelas, dan meyakinkan. Humas Satpol PP

¹⁰Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 25.

¹¹ *Ibid* h. 36.

dalam memberikan informasi ke masyarakat yaitu dengan cara berhadapan langsung dengan masyarakat, memberikan informasi yang mendidik yaitu dengan memberitahu ke masyarakat tentang perda yang berlaku dan memberikan arahan kepada masyarakat untuk mentaati aturan perda yang berlaku.

b) Komunikasi Massa

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen.¹² Di suatu lembaga, dalam meningkatkan citra positifnya sangat dibutuhkan komunikasi yang baik melalui pemanfaatan media massa. Pers mempunyai peranan penting dalam menyebarkan informasi yang dibuat Humas untuk membentuk opini publik yang baik.

Sedangkan Humas menjadi sumber informasi bagi pers untuk dijadikan bahan pemberitaan yang nanti dipublikasikan melalui media massa. Media merupakan alat yang digunakan untuk memberikan informasi ke masyarakat. Media yang digunakan Satpol PP Kota Palembang yaitu media massa seperti *Website*, *Facebook*, dan *Instagram*. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Budi Norma, SE., M.SI. (Pejabat Humas Satpol PP Kota

¹² Deddy Mulyana. *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), h. 83.

Palembang):

“Kelebihan dari media yang digunakan humas Satpol PP yaitu informasi cepat, akurat, dan tepat. Sementara kelemahannya dari media humas Satpol PP banyak masyarakat yang memberikan komentar negatif, tanpa mengetahui permasalahan yang ada.”¹³

4. Evaluasi

Cara untuk mengetahui apakah proses humas sudah selesai atau belum adalah dengan mengadakan evaluasi atas langkah-langkah yang telah diambil. Tujuan utama dari evaluasi adalah untuk mengukur keefektifitasan proses secara keseluruhan. Melihat langkah-langkah kerja humas Satpol PP Kota Palembang, dari mulai mendefinisikan masalah, membuat perencanaan dan komunikasikan telah berjalan sesuai tugas dan wewenangnya masing-masing.

Perencanaan humas Satpol PP memperbaiki citra melalui media sangat di manfaatkan dengan semaksimal mungkin. Karena masyarakat yang lebih banyak menggunakan media sosial menjadi target humas Satpol PP dalam memberikan informasi mengenai kegiatan Satpol PP. Tidak hanya itu humas Satpol PP juga bekerjasama dengan organisasi lain seperti KOMINFO, Humas Palembang, dan lainnya.

¹³ Budi Norma, Pejabat Humas Satpol PP Kota Palembang, Wawancara Pribadi 09 November 2017



Gambar 4. 3 Membantu Dishub dalam mengatasi pakir liar

Sumber: Dok. Humas Satpol PP Kota Palembang

Dalam pengamanan Asian Games 2018 Satpol PP pariwisata bertugas sebagai pemandu wisata bagi para wisatawan, menjadi duta peduli lingkungan di pol pp dan mengkampanyekan kebersihan lingkungan kepada masyarakat Kota Palembang seperti di pedestrian sudirman, benteng kuto besak, kambang iwak dan tempat wisata lainnya. Prestasi membanggakan yang di dapatkan oleh Satpol PP Kota Palembang dengan mendapat penghargaan program inovasi Pol PP ramah kategori kegiatan peduli lingkungan.



Gambar 4. 4 Satpol PP mendapat piagam penghargaan dalam kegiatan peduli lingkungan dan Sosialisasi Satpol PP pariwisata mengenai kebersihan lingkungan kepada masyarakat.

Sumber: Dok. Humas Satpol PP Kota Palembang

Dalam membangun rasa tanggung jawab sosial, Humas Satpol PP Kota Palembang memperhatikan kinerjanya dengan menghimbau kepada seluruh bagian internal organisasi (semua anggota Satpol PP) untuk bisa bersama-sama mensosialisasikan semua kegiatan yang berhubungan dengan penertiban peraturan perda dapat di informasikan ke semua masyarakat umum. Misalnya seperti pedagang kaki lima, pedagang asongan, dan pengamen. Himbuan dan perintah tersebut dilakukan kepala Satpol PP dengan rapat-rapat terkait sesuai dengan perintah atasan (Walikota Palembang). Hal ini dijelaskan oleh

Surdianda, S. Sos., selaku (Kasubbag Umum dan Kepegawaian):

“Kinerja dari humas Satpol PP dalam memperbaiki citra di masyarakat yaitu anggota Satpol PP di lapangan telah mengadakan sosialisasi setiap hari ke masyarakat tentang penertiban yang telah ada dalam perda. Salain

itu Satpol PP juga telah memberikan peringatan sampai 3 kali ke masyarakat. Kinerja Satpol PP sangat berpengaruh dalam membentuk citra positif di masyarakat. Karena kinerjanya telah sesuai dengan fungsinya. Selain itu Satpol PP bekerja 1x24 jam.”¹⁴

Masyarakat adalah subjek yang menjadi sasaran dalam mencapai tujuan institusi untuk meningkatkan citra yang positif. Adapun tanggapan masyarakat tentang kinerja Humas Satpol PP yang dikemukakan oleh Ibu Lilis yaitu:

“Kinerja Satpol PP Kota Palembang sudah baik dalam menjalankan tugasnya. Satpol PP juga sebelum melakukan penertiban ke masyarakat telah memberikan sosialisasi. Tugas dari Satpol PP juga sebenarnya mengamankan masyarakat dan melakukan penertiban.”¹⁵



Gambar 4. 5 Memberikan surat peringatan pedagang kaki lima dan Memberikan Informasi kepada pedagang kaki lima

Sumber: Dok. Humas Satpol PP Kota Palembang

¹⁴ Surdianda, Kasubbag Umum dan Kepegawaian Satpol PP Kota Palembang, Wawancara Pribadi 09 November 2017

¹⁵ Lilis, Pedagang pasar 26, Wawancara Pribadi 10 November 2017

Tidak hanya memperhatikan kinerjanya saja, humas Satpol PP juga harus memperhatikan pelayanan publiknya. Pelayanan publik adalah suatu layanan yang tersedia untuk masyarakat berupa kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat itu sendiri. Baik itu secara umum maupun secara khusus. Pelayanan Satpol PP sudah cukup baik di masyarakat. Misalnya dengan kegiatan Gotong Royong, shalat subuh berjama'ah bersama Walikota Palembang, melakukan sosialisasi untuk membuang sampah, membentuk Satpol PP Pariwisata, dan lain-lain.

Selain memperhatikan kinerja, dan pelayanannya. Humas Satpol PP juga harus memberikan kepedulian kepada masyarakat. Kepedulian yang dilakukan oleh Humas Satpol PP tersebut diharapkan dapat menciptakan kedekatan hubungan dengan masyarakat sekitar, dan membangun kepercayaan publik eksternal kepada lembaga/institusi (Satpol PP Kota Palembang). Adanya kepedulian terhadap masyarakat, maka kegiatan humas dapat diarahkan pada pencapaian tujuan lembaga, khususnya dalam menjembatani antara kepentingan publik internal dengan publik eksternal.



Gambar 4. 6 Membantu warga yang akan melahirkan dan Membantu evakuasi pohon yang tumbang di jalan.

Sumber: Dok. Humas Satpol PP Kota Palembang

Dengan demikian akan menumbuhkan niat baik dan citra positif antara organisasi dan publiknya. Kegiatan kepedulian humas Satpol PP tersebut dipandang sebagai bagian dari wujud tanggungjawab sosial dalam menjalankan peran turut membantu masyarakat sekitar. Kepedulian humas Satpol PP dalam mengatasi permasalahan yang ada di masyarakat yaitu dengan menindak lanjuti laporan warga tentang hal-hal yang melanggar penertiban dan hukum perda, serta mengambil tindakan tegas jika ada masyarakat yang melanggar peraturan tersebut.

Setelah semua perencanaan dari strategi Humas Satpol PP Kota Palembang dalam meningkatkan citra di masyarakat, maka dalam pelaksanaannya terdapat beberapa hambatan yang dihadapi oleh Satpol PP Kota Palembang. Selain

hambatan, pendukung dalam meningkatkan citra yang dilakukan humas Satpol PP Kota Palembang tetap ada. Faktor penghambat dan pendukung dalam meningkatkan citra harus dapat disikapi dan menjadi pembelajaran guna untuk memperbaiki citra positif kedepan.

C. Hasil Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
Strategi Humas	Mendefinisikan Permasalahan	Riset	Proses humas tidak sederhana pengumpulan data dan fakta, namun juga harus mengedepankan pengolahan, dan penyusunan data sedemikian rupa sehingga memudahkan pemecahan masalah nantinya. Program yang dilakukan Satpol PP untuk meningkatkan citra sekaang sudah cukup baik.

		Survei	Citra buruk yang ada di masyarakat mengenai Satpol PP yaitu masyarakat menilai bahwa kinerja satpol pp sangat buruk.
	Perencanaan	perencanaan	Perencanaan yang di buat oleh humas satpol pp dalam meningkatkan citra di masyarakat yaitu memperbaiki citra dengan melalui media, pengamankan Asian Games,dan memanusiakan manusia
		Tujuan	Tujuan humas adalah untuk mengubah dan membentuk pola pikir atau persepsi masyarakat selama ini tentang Satpol PP yang dinilai negatif,

			<p>arogan, dan terkesan kasar menjadi citra Satpol PP yang positif, serta untuk mempertahankan eksistensi institusi.</p>
		Pelaksanaan	<p>Menciptakan hubungan yang harmonis dengan masyarakat umum. Kerjasama Humas Satpol PP bisa dilakukan dengan melakukan pendekatan ke publik eksternal dan Publik internal.</p>
		Visi dan Misi	<p>Sudah mulai menerapkan menjadikan Satpol PP yang bertakwa, beribawa dan humanis.</p>

	Komunikasi	Komunikasi	<p>Bentuk-bentuk kerjasama yang dilakukan oleh humas satpol pp dalam membina hubungan baik pada publik eksternal yaitu membina kerjasama dengan KOMINFO, Humas Palembang, dan lain-lain. Sementara beberapa bentuk kerjasama internal yaitu membina hubungan baik dengan atasan, hubungan baik dengan anggota Satpol PP, dan lain-lain</p>
			<p>Masyarakat adalah subjek yang menjadi sasaran dalam mencapai tujuan institusi untuk meningkatkan citra yang positif.</p>

		<p>Hambatan dan Pendukung</p>	<p>Faktor pendukung humas Satpol PP dalam meningkatkan citra di masyarakat yaitu sumber daya manusia (SDM), sarana prasarana sedangkan faktor penghambat humas Satpol PP dalam meningkatkan citra di masyarakat yaitu persepsi masyarakat.</p>
		<p>Menyebarkan Pesan</p>	<p>Humas Satpol PP dalam memberikan informasi ke masyarakat yaitu dengan cara berhadapan langsung dengan masyarakat, memberikan informasi yang mendidik yaitu dengan</p>

			memberitahu ke masyarakat tentang perda.
	Evaluasi	Kinerja	Kinerja dari humas Satpol PP dalam memperbaiki citra di masyarakat yaitu anggota Satpol PP di lapangan telah mengadakan sosialisasi setiap hari ke masyarakat tentang penertiban yang telah ada dalam perda. Selain itu Satpol PP juga telah memberikan peringatan sampai 3 kali ke masyarakat.
		Pengawasan	Kinerja Satpol PP sangat berpengaruh dalam membentuk citra positif di masyarakat. Karena

			<p>kinerjanya telah sesuai dengan fungsinya. Selain itu Satpol PP bekerja 1x24 jam. Terbatasnya anggaran menjadi faktor penghambat karena lebih memprioritaskan program-program. Contohnya pada program-program pilkada, pemilu, dan ASEAN Games.</p>
Meningkatkan Citra	Pemanfaatan Media Massa	Jenis Media	<p>Jenis media yang digunakan oleh humas Satpol PP dalam mensosialisasikan programnya yaitu dengan fokus melalui media sosial seperti (Website, Facebook, dan Instargam). Cara humas</p>

			Satpol PP dalam menjangkau masyarakat atau khalayak sasarannya yaitu dengan mengupload semua kegiatan yang dilakukan oleh humas Satpol PP Kota Palembang.
		Kelemahan dan Kelebihan Media	Kelebihan yang digunakan Humas Satpol PP yaitu informasi cepat, akurat, dan tepat. Sementara kelemahannya banyak masyarakat yang memberikan komentar negatif, tanpa mengetahui permasalahan yang ada.

Tabel. 4.7. Hasil Wawancara dengan Sub bidang Satpol PP Kota Palembang

Satpol PP Kota Palembang dalam meningkatkan citra di masyarakat dapat disimpulkan bahwa Strategi Humas yang dilakukan dengan terlebih dahulu Mendefinisikan Permasalahan selanjutnya dilakukan Perencanaan, Komunikasi dan Evaluasi. Keempat kerja humas telah dilakukan Satpol PP Kota Palembang dalam perencanaan dan pelaksanaan meningkatkan citra di masyarakat dengan baik dan efektif sehingga tujuan dari Satpol PP Kota Palembang bisa terwujud dan mendapat hasil positif dari masyarakat.

Selain Strategi Humas melakukan kerja humas, penulis mengambil kesimpulan bahwa Satpol PP Kota Palembang tidak hanya melakukan pendekatan-pendekatan saja, tetapi juga memanfaatkan media dalam sosialisasi meningkatkan citra. Terlihat beberapa ragam media yang didalamnya terdapat informasi pesan kegiatan Satpol PP Kota Palembang. Media yang digunakan Satpol PP yaitu media sosial seperti facebook, instagram, website dan lainnya. Sehingga informasi dari Satpol PP Kota Palembang dapat dijangkau oleh sasaran humas Satpol PP.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penulisan skripsi ini maka dapat disimpulkan bahwa Satpol PP terlebih dahulu mengetahui apa yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dalam meningkat citra. Faktor pendukungnya adalah sumber daya manusia pada Satpol PP sudah bekerja dengan baik sesuai dengan tugasnya. Selain itu, sarana dan prasarana juga membantu dalam menjalankan kinerja humas. Sarana dan prasarana yang ada pada humas Satpol PP Kota Palembang semuanya dalam keadaan baik dan berfungsi dengan baik sesuai dengan fungsinya sehingga membantu kinerja humas dan melaksanakan program-programnya. Adapun Faktor penghambatnya adalah minimnya anggaran dalam kegiatan sosialisasi. Selain anggaran, persepsi masyarakat terhadap Satpol PP juga bisa menghambat kerja humas Satpol PP dalam meningkatkan citra.

Strategi Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang dalam Meningkatkan Citra di Masyarakat adalah Mendefinisikan Permasalahan, Perencanaan, Komunikasi dan Evaluasi. Perencanaan yang dibuat oleh humas Satpol PP dalam meningkatkan citra di masyarakat yaitu memperbaiki citra dengan melalui media, pengamanan Asian Games, dan Humanis. Humas Satpol PP kota Palembang juga memanfaatkan media sosial seperti *instagram*, *facebook* dan *Website*. Satpol PP sangat memperhatikan kinerja pegawainya, memberikan pelayanan publik, dan peduli terhadap masyarakat.

B. Saran

Berdasarkan penelitian di atas, penulis menyarankan sebagai berikut:

Pertama, kepada Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang lebih meningkatkan kinerja yang maksimal, memsosialisasikan Perda kepada para pedagang, memperbaiki perilaku/akhlak, memberantas pungli dan mengayomi masyarakat. *Kedua*, kepada lembaga pemerintahan dapat membantu anggaran serta mendukung sarana dan prasarana agar meningkatkan kinerja Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang. *Ketiga*, kepada akademisi untuk ikut berperan aktif dalam meningkatkan kesadaran tentang peraturan daerah kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-buku

- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Desari, Emamy. 2011. *Kiat Menjadi Public Relation*, Palembang: BANDIKLAT Press Provinsi Sumatera Selatan.
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Hubungan masyarakat*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 2015. *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Gunawan, Imam. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Public Relations*, Jakarta: Kencana.
- Linggar, Anggoro. 2008. *Teori & Profesi Kehumasan*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Morisan. 2008. *Manajemen Public Relations*, Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy. 2013. *Ilmu Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mustikasari, Ardiyat, Ningrum. 2014. *Strategi Public Relations PT. Kompas Gramedia dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Kasus Program Corporate Social Responsibility Bentara Budaya Jakarta)*, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Rosady, Ruslan. 2016. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers.

- Rahayu, Ira, Dwi. 2014. *Peran Humas Dalam Rangka Meningkatkan Citra Sekolah Di SMK YPKK 3 Slamen Yogyakarta*, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ruhiyanah. 2014. *Strategi Komunikasi Public Relations PT. Takaful Keluarga dalam Membangun Citra Perusahaan*, Jakarta: Universitas Negeri Islam Syarif Hidayatullah.
- Syariffudin, Achamd. 2015. *Laporan Penelitian Strategi Komunikasi dalam Dakwah Bi AL-Kitabah*, Palembang: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah.
- Syariff uddin S. Gassing dan Suryanto. 2016. *Public Relations*, Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Suharto, Edi. 2010. *Membangun Masyarakat dan Memperdayakan Rakyat*, Bandung: Refika Aditama.
- Sutarno. 2003. *Perpustakaan dan Masyarakat*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Scott M. Cutlip. et al. 2009. *Effective Public Relations*, Jakarta: Kencana.
- Soleh Soemirat dan Elinaro Ardianto, *Dasar-dasar Public Relations*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Widjaja, H.A.W. 2010. *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta: PT Bumi Aksara.

B. Internet

Satpol.PP www.tribunnews.com/regional/20017/01/23/satpol-pp-ngamuk-acak-acak-isi-pasar-26-ilir-palembang diakses tanggal 22 Agustus 2017.

Peraturan Daerah Kota Palembang, <http://palembang.bpk.go.id/wp-content/uploads/2013/04/abstraksi-Perda-No.6-th-2012.pdf> diakses tanggal 22 Agustus 2017.





Satpol PP, <http://www.satpolpp.sumselprov.go.id/> diakses tanggal 22 Agustus 2017.

Satpol PP, Prolog Sejarah Singkat Polisi Pamong Praja.pdf, Diakses pada tanggal, 17 November 2017.

Tupoksi Satpol PP, Perwako 71 Tahun 2016 Tentang Tupoksi Satpol PP.pdf, Diakses pada tanggal, 17 November 2017.

LEMBAR KONSULTASI

Nama : Selia Vevonik Slara
 Nim : 13510048
 Fakultas / Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Komunikasi Penyiaran Islam
 Judul Skripsi : Strategi Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang Dalam Meningkatkan Citra Di Masyarakat
 Pembimbing I : Dr. Achmad Syarifuddin, MA.

No	Tanggal	Hal Yang Dikonsultasikan	Saran-Saran	Paraf
4	26-10-17	Bab II Ace ditanyakan ke lapangan. Car: Data, analisis buat laporan hasil hingga selesai.		
5	8-12-17	SKRIPSI all version	- page setup ditentukan standar - lengkapi daftar isi, kata pengantar, daftar, dll	
6	10-1-18	Skripsi seluruh Bab	- lengkapi keterangan tabel melalaku penelitian, dll - Urut gambar upaya dan wawancara buat citra.	
7	17-1-2018	All version of SKRIPSI	Ace untuk bagikan mura- qamah skripsi	

LEMBAR KONSULTASI

Nama : Selia Vevonik Slara
 Nim : 13510048
 Fakultas / Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Komunikasi Penyiaran Islam
 Judul Skripsi : Strategi Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang Dalam Meningkatkan Citra Di Masyarakat
 Pembimbing II : Muslimin, M. Kom. I

No	Tanggal	Hal Yang Dikonsultasikan	Saran-Saran	Paraf
1.	12/09/2017	Revisi Bab I	Substansi dan	
2.	20/09/2017	ACC BAB I	Teknik penulisan	
3.	27/09/2017	Revisi BAB II	Teknik penulisan	
4.	17/10/2017	Revisi BAB II ACC BAB III 2	Substansi pembahasan	
5.	29/10/2017	Langit BAB III	Teknik penulisan	
6.	5/11/2017	ACC BAB III 2	Substansi Pembahasan	
7.	12/11/2017	Langit BAB IV	Teknik penulisan	
8.	27/11/2017	Revisi BAB IV	Substansi pembahasan	
9.	4/12/2017	Revisi BAB IV	Substansi pembahasan	
10.	8/12/2017	ACC IV, langit BAB V	Teknik penulisan	
11.	15/01/2018	Revisi BAB V		
	19/01/2018	ACC BAB V		

DAFTAR PERBAIKAN

Nama : Selia Vevonik Slara
Nim : 13 51 0048
Fakultas / Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Strategi Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang dalam Meningkatkan Citra di Masyarakat.

Tanggal	Hal Yang Diperbaiki
14 Maret 2018	1. Rumusan Masalah 2. Teknik Penulisan 3. Struktur Organisasi 4. Simpulan dan Saran 5. Pembahasan 6. Abstrak 7. Tujuan Penelitian

Palembang, 15 Maret 2018

Yang mengetahui,

Penguji I



Dra. Ni. Dalinur M. Nur, MM.

NIP. 195704121986032003

Penguji II



Candra Darmawan, M.Hum

NIP. 197306071998031004

PERMOHONAN PENJILIDAN SKRIPSI

Kepada Yth

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, kami berpendapat bahwa skripsi:

Nama : Selia Vevonik Slara

Nim : 13 51 0048

Fakultas / Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Komunikasi Penyiaran Islam

Judul Skripsi : **Strategi Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota**

Palembang dalam Meningkatkan Citra di Masyarakat.

Sudah disetujui untuk dijilid. Demikianlah perihal ini kami buat dengan sebenar-benarnya atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Palembang, 15 Maret 2018

Penguji I



Dra. Hj. Dalinur M. Nur, MM.

NIP. 195704121986032003

Penguji II



Candra Darmawan, M.Hum

NIP. 197306071998031004

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG
NOMOR : 160 TAHUN 2017

TENTANG

PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI STRATA SATU (S.1)
BAGI MAHASISWA TINGKAT AKHIR FAKULTAS DAKWAH
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN RADEN FATAH PALEMBANG.

- Menimbang : 1. Bahwa untuk mengakhiri Program sarjana (S1) bagi Mahasiswa, maka perlu ditunjuk Tenaga ahli sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing kedua yang bertanggung jawab dalam rangka penyelesaian Skripsi Mahasiswa.
2. Bahwa untuk lancarnya tugas pokok itu, maka perlu dikeluarkan Surat Keputusan Dekan (SKD) tersendiri. Dosen yang ditunjuk dan tercantum dalam SKD ini memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas tersebut.
- Mengingat : 1. Undang-undang No. 2 Tahun 1989 tentang sistem Pendidikan Nasional;
2. Peraturan Pemerintah No. 30 Tahun 1990 tentang Pendidikan tinggi;
3. Keputusan Menteri Agama RI No. 53 Tahun 2015 tentang Organisasi dan tata kerja Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang;
4. Keputusan Menteri Agama RI No. 62 tahun 2015 tentang statuta UIN Raden Fatah Palembang;
5. Keputusan Menteri Agama RI No. 27 Tahun 1995 tentang Kurikulum Nasional Program Sarjana (S1) Universitas Islam Negeri;
6. Keputusan Menteri Agama RI No. 232 Tahun 1991 yang telah disempurnakan dengan Keputusan Menteri Agama No. 298 Tahun 1993.

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN

- Pertama : Menunjuk sdr. : 1. Dr. Achmad Syarifuddin, M.A NIP : 19731110 200003 1 003
2. Muslimin, M. Kom. I NIP : -

Dosen Fakultas Dakwah UIN Raden Fatah Palembang masing-masing sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing Kedua Skripsi Mahasiswa :

Nama : SELIA VEVONIK SLARA
NiM/Jurusan : 13510048 / Komunikasi Penyiaran Islam
Semester/Tahun : Ganjil / 2017 - 2018
Judul Skripsi : Strategi Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang dalam meningkatkan Citra di Masyarakat.

- Kedua : Berdasarkan masa studi tanggal 08 bulan September Tahun 2018.
ketiga : Keputusan ini mulai berlaku satu tahun sejak tanggal ditetapkan dan akan ditinjau kembali apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.

DITETAPKAN DI : PALEMBANG
PADA TANGGAL : 08 - 09 - 2017
AN. REKTOR UIN RADEN FATAH PALEMBANG
DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI,



TEMBUSAN :

1. Rektor UIN Raden Fatah Palembang ;
2. Ketua Jurusan KPI/BPI / Jurnalistik Fakultas Dakwah UIN - RF Palembang
3. Mahasiswa yang bersangkutan.

Nomor : B. 1156/Un.09/V.1/PP.00.9/09/2017
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : Mohon Izin Penelitian
An. Selia Vevonik Slara

27 September 2017

Kepada Yth.
Kepala Satuan Polisi Pamong Praja
Kota Palembang
Di Palembang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka menyelesaikan penulisan karya ilmiah berupa skripsi/makalah mahasiswa kami;

Nama : Selia Vevonik Slara
Smt / Tahun : IX / 2017-2018
NIM / Jurusan : 13510048/ Komunikasi Penyiaran Islam
Alamat : Jl. Rawajaya Permai. Palembang
Judul : *Strategi Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang Dalam Meningkatkan Citra di Masyarakat.*

Sehubungan dengan itu kami mengharapkan bantuan Bapak untuk dapat memberikan izin kepada mahasiswa tersebut untuk melaksanakan penelitian di lingkup instansi yang Bapak pimpin. sehingga memperoleh bahan bahan yang di perlukan.

Demikianlah, harapan kami dan atas segala bantuan serta perhatian Bapak, kami haturkan terima kasih.

Dekan,

Dr. Kusnadi, MA
NIP. 197108192000031002

Knowledge Quality & Integrity



PEMERINTAH KOTA PALEMBANG

BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK KOTA PALEMBANG
JL. LUNJUK JAYA NOMOR 3 – DEMANG LEBAR DAUN PALEMBANG

TELPON (0711) 368726

Email : badankesbang@yahoo.co.id

Palembang, 03 Oktober 2017

Nomor : 070/1190 / BAN.KBP / 2017
Sifat : -
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.
1. Kepala Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang

di-
Palembang

Memperhatikan Surat Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Nomor : B.1156/Un.09/V.1/PP.00.9/09/2017 Tanggal 27 September 2017 perihal tersebut di atas, dengan ini diberitahukan kepada saudara bahwa :

No.	Nama	NIM	Judul:
1.	Selia Vevoni: Slara	13510048	Strategi Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang Dalam Meningkatkan Citra di Masyarakat

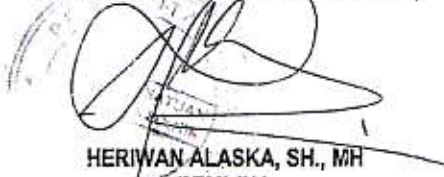
Untuk melakukan Pengambilan Data secara langsung.
Lama Pengambilan Data 03 Oktober 2017 s.d 03 Maret 2018

Dengan Catatan :

1. Sebelum melakukan penelitian/survey/riset terlebih dahulu melapor kepada pemerintah setempat.
2. Penelitian tidak diizinkan menanyakan soal politik, dan melakukan penelitian/survey/riset yang sifatnya tidak ada hubungan dengan judul yang telah diprogramkan.
3. Dalam melakukan penelitian/survey/riset agar dapat mentaati peraturan perundang-undangan dan adat istiadat yang berlaku di daerah setempat.
4. Apabila izin penelitian/ survey/riset telah habis masa berlakunya, sedang tugas penelitian/survey/riset belum selesai maka harus ada perpanjangan izin.
5. Setelah selesai mengadakan penelitian/survey/riset diwajibkan memberikan laporan tertulis kepada Walikota Palembang melalui Kepala Badan Kesatuan Bangsa, Politik Kota Palembang.

Demikian untuk dimaklumi dan untuk dihantu seperlunya.

a.n. KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN
POLITIK KOTA PALEMBANG
KEPALA BIDANG KESATUAN BANGSA,


HERIWAN ALASKA, SH., MH
PEMBINA
NIP.19621105 1986031001

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah
2. Ybs
3. Arsip



PEMERINTAH KOTA PALEMBANG
SATUAN POLISI PAMONG PRAJA
Jl. MP. Mangkunegara No. 06 RT. 06 RW. 05 Kelurahan 8 Ilir
Kecamatan Ilir Timur II Kota Palembang

SURAT KETERANGAN

NOMOR : 800/011a /PP/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini :

- a. Nama / Nip : Drs. Rachmat Maulana
- b. Pangkat / Gol : Pembina (IV/a)
- c. NIP : 19720902 199201 1 001
- d. Jabatan : Sekretaris Satuan Polisi Pamong Praja
Kota Palembang

Dengan ini menerangkan bahwa :

- a. Nama : Selia Vevonik Slara
- b. NIM : 13510048
- c. Program Studi : S.I Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam
- d. Alamat : Jl. Rawajaya Permai Palembang
- Maksud : Menerangkan bahwa memang benar nama tersebut diatas telah melakukan penelitian, mencari dan mengumpulkan data di Kantor Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang untuk penyusunan/ penulisan karya ilmiah berupa Skripsi/ makalah dengan Judul "**Strategi Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang Dalam Meningkatkan Citra di Masyarakat**".

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 10 Januari 2018

a.n. KEPALA SATUAN POLISI PAMONG PRAJA
KOTA PALEMBANG



[Signature]
Drs. RACHMAT MAULANA
PEMBINA
NIP. 19720902 199201 1 001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

(Curriculum Vitae)

Nama : Selia Vevonik Slara
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Tempat& Tanggal Lahir : Padang, 16 Mei 1995
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jln. Perumahan Rawa jaya Permai, Palembang
No Telp/HP : 089632823416



PENDIDIKAN

1. SD Negeri I Betung (2002-2007)
2. SMP PGRI Betung (2007-2010)
3. SMA PGRI Betung (2010-2013)
4. Tercatat Sebagai Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Dalam Penyelesaian Tugas Akhir

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Saya yang bersangkutan

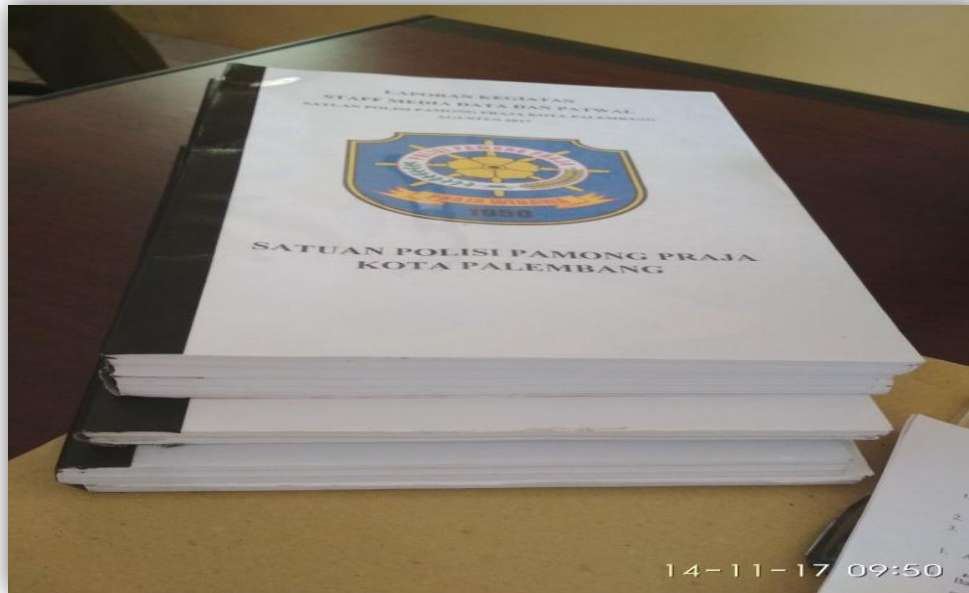


Selia Vevonik Slara
Nim 13510048

LAMPIRAN – LAMPIRAN



Bagian depan dari kantor Satpol PP Kota Palembang



Laporan kegiatan Satpol PP Kota Palembang setiap bulan



Wawancara dengan sub bagian perencanaan dan pelaporan Satpol PP Kota Palembang



Wawancara dengan sub bagian kepegawaian umum Satpol PP Kota Palembang



Wawancara dengan pejabat humas Satpol PP Kota Palembang

TRANSKIP WAWANCARA DENGAN PEJABAT HUBUNGAN MASYARAKAT (Pj. HUMAS) DAN SUB BAGIAN SATUAN POLISI PAMONG PRAJA KOTA PALEMBANG

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Informan
Strategi Humas	1. Fact Finding (Mendefinisikan Permasalahan)	1. Survei	1. Apakah Program yang dilakukan humas Satpol PP sudah baik untuk publik eksternal dan Publik internal? 2. Bagaimana sikap publik eskternal terhadap Satpol PP?	Pj. Humas & Subbbagian Perencanaan dan Pelaporan
		2. Riset	1. Berdasarkan riset dari humas Satpol PP, apa saja citra buruk yang sering ada di masyarakat?	Pj. Humas & Subbbagian Perencanaan dan Pelaporan
	2. Plaining (Perencanaan)	1. Perencanaan	1. Bagaimana perencanaan yang di buat humas Satpol PP dapat mengubah opini yang berkembang di masyarakat?	Pj. Humas & Subbbagian Perencanaan dan Pelaporan

		2. Tujuan	1. Apa tujuan dari humas Satpol PP dalam meningkatkan citra?	Pj. Humas & Subbbagian Perencanaan dan Pelaporan
		3. Pelaksanaan	1. Bagaimana humas Satpol PP dalam membuat program-program yang dapat meningkatkan citra?	Pj. Humas & Subbbagian Perencanaan dan Pelaporan
		4. Visi dan Misi	1. Apakah visi dan misi Satpol PP berjalan dengan yang diinginkan?	Pj. Humas & Subbbagian Perencanaan dan Pelaporan
	3. Communications (Komunikasi)	1. Komunikator	1. Bagaimana humas menjalin hubungan komunikasi kepada publik eksternal dan publik Internal?	Pj. Humas
		2. Sasaran	1. Mengapa masyarakat menjadi sasaran humas Satpol PP?	Pj. Humas

		3. Hambatan	1. Apa saja hambatan yang dilakukan humas Satpol PP dalam memberikan informasi kepada masyarakat?	Pj. Humas
		4. Menyebarkan Pesan	1. Bagaimana humas Satpol PP menyebarkan informasi ke publik eksternal mengenai tugas Satpol PP?	Pj. Humas
4. Evaluations (Evaluasi)	1. Kinerja	1. Apakah kinerja Satpol PP sangat berpengaruh pada citra Satpol PP? 2. Bagaimana kinerja dari humas Satpol PP memperbaiki citra di masyarakat?	Pj. Humas & Subbagian Umum dan Kepegawaian	
	2. Pengawasan	1. Apakah program yang dibuat humas Satpol PP sudah di jalankan dengan	Subbbagian Perencanaan dan Pelaporans &	

			<p>benar?</p> <p>2. Bagaimana sikap masyarakat terhadap Satpol PP?</p> <p>3. Apa saja faktor pendukung dan penghambat humas Satpol PP dalam meningkatkan citra di masyarakat?</p>	Subbagian Umum dan Kepegawaian
Meningkatkan Citra	1. Pemanfaatan Media massa	1. Jenis media	<p>1. Media apa yang digunakan humas Satpol PP dalam mensosialisasikan programnya?</p> <p>2. Bagaimana cara humas Satpol PP dalam menjangkau masyarakat atau khalayak sarannya?</p>	Pj. Humas
		2. Kelemahan dan kelebihan media	1. Apa saja kelemahan dan kelebihan media yang digunakan dalam menjaga citra?	Pj. Humas

**TRANSKIP WAWANCARA DENGAN KHALAYAK SASARAN
HUMAS SATUAN POLISI PAMONG PRAJA KOTA**

Demensi	Pertanyaan	Informan
Fact Fidding (Menentukan Masalah)	1. Bagaimana pendapat bapak/ibu terhadap sikap satpol pp saat melakukan tugasnya kepada para pedagang? Apakah sudah baik?	Masyarakat
2. Palining (Perencanaan)	1. Mengenai satpol pp, bagaimana menurut Bapak/Ibu. Apakah satpol pp kota Palembang sudah bekerja dengan baik? 2. Bagaimana menurut Bapak/Ibu mengenai kinerja dari satpol pp kota palembang?	
3. Comunciations (Komunikasi)	1. Menurut bapak dan ibu, bagaimana satpol pp berkomunikasi kepada masyarakat? 2. Apakah bapak/ibu mengetahui bahwa satpol pp Kota Palembang memiliki media sosial dalam menyebarkan informasi dan kegiatan-kegiatan sehari-hari?	
4. Evaluations (Evaluasi)	1. Apa saja saran Bapak/Ibu mengenai kinerja satpol pp kota Palembang?	