

**STRATEGI HUMAS DISHUB DALAM MENSOSIALISASI
TENTANG PERDA NO. 16 TAHUN 2011 KEPADA
MASYARAKAT KOTA PALEMBANG
(STUDI PADA PAKIR LIAR DI PS MALL)**



Diajukan untuk melengkapi salah satu syarat guna memperoleh

Gelar Sarjana Sosial (S.SOS.)

Pada Progam Studi Komunikasi Penyiaran Islam

DISUSUN OLEH:

MUHAMMAD MUSLIMIN AKBAR

NIM. 13510032

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI 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 Muhammad Muslimin Akbar NIM: 13510032, yang berjudul: "Strategi Humas Dishub dalam Mensosialisasikan Tentang Perda No. 16 Tahun 2011 kepada Masyarakat Kota Palembang (Studi Pada Pakir Liar di Ps Mall)". 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.

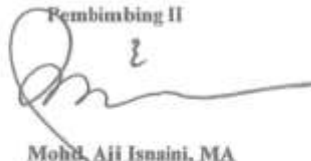
Palembang, Agustus 2018

Pembimbing I



Dr. Hamidah, M. Ag
NIP. 196610011991032001

Pembimbing II



Mohd. Aji Isnaini, MA
NIP. 197004172003121001

Halaman Pengesahan

Nama : Muhammad Muslimin Akbar
Nim : 13510032
Fakultas / Jurusan : Dakwah dan Komunikasi
Judul skripsi : Strategi Humas Dishub Dalam Mensosialisasi Tentang Perda No. 16 Tahun 2011 Kepada Masyarakat Kota Palembang (Studi Pada Parkir Liar Di PS Mall)

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

Hari/ Tanggal : Jumat, 30 November 2018
Tempat : Ruang Sidang Munaqosah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang

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

Palembang, 15 Maret 2018

DEKAS


Dr. Kusnadi, MA

NIP. 197108192000031002

TIM PENGUJI

Ketua



Manuhalli, M. Ed

NIP. 197204152003122003

Sekretaris



Muslimin, M. Kom. I

NIP. 2022107801

Penguji I



Dr. Fifi Hasmawati, SE, Msi

NIP. 197002419920320001

Penguji II



Candra Darmawan, M. Hum

NIP. 197306071998031004

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M Muslimin Akbar
Tempat & Tanggal Lahir : Baturaja, 14 Maret 1995
NIM : 13510032
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/komunikasi penyiaran islam
Judul Skripsi : **Strategi Humas Dishub dalam Mensosialisasikan Tentang Perda No. 16 Tahun 2011 kepada Masyarakat Kota Palembang (Studi Pada Pakir Liar di Ps Mall).**

Menyatakan sesungguhnya, bahwa:

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan dan kesimpulan yang di sajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, serta pemikiran saya dengan pengarahannya 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 di buat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti ketidak benaran dalam pernyataan tersebut di atas, saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar akademik yang saya peroleh melalui pengajuan skripsi ini.

Palembang, 26 November 2018
Yang Membuat Pernyataan



Muhammad Muslimin Akbar
NIM: 13510032

Motto

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan “

(Qs. Al-Insyirah ayat 5)

“Seorang ibu adalah orang yang tetap ada ketika semua orang meninggalkan ku dalam kesusahan”

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

1. Ayahanda Ku H. Ibrahim Dan Ibunda Ku almahumah Hj Nelly suarni yang selalu memberikan yang terbaik dalam segala hal. Memberikan dorongan materi dan moral dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Buat kakak ku Benny Beryawan dan adik ku Rahma Sari riski terima kasih atas doanya.
3. Nenek ku maafkan aku yang tida bisa nemani mu selama nenek sakit .
4. Kedua Dosen Pembimbing Yang Terhormat ibu Dr. Hamidah, M. Ag dan bapak Mohd. Aji Isnaini, MA
5. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
6. Sahabat-sahabatku seluruh jurusan Komunikasi Penyiaran Islam terkhusus roni sianturi, zulham hidayat, rahmat hidayat dan sinine .
7. Buat seseorang spesial yang telah memberikan motivasi dan bimbingannya dalam mengerjakan skrisip terima kasih Selia Vevonik Slara
8. Seluruh rekan-rekan satu Almamater UIN Raden Fatah.
9. Nusa, Bangsa, Agama dan Almamaterku UIN Raden Fatah Palembang.

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Strategi Humas Dishub dalam Mensosialisasikan Tentang Perda No. 16 Tahun 2011 kepada Masyarakat Kota Palembang (Studi Pada Pakir Liar di Ps Mall)”. Dilatar belakangi oleh Penarikan tarif pakir liar yang tidak sesuai dengan perda 16 tahun 2011 oleh juru pakir membuat masyarakat terbebaskan. Berdasarkan Prinsip dan sasaran dalam penetapan stuktur dan besarnya tarif retribusi jasa umum didasarkan pada kebijakan daerah dengan memperhatikan biaya penyediaan jasa yang bersangkutan, kemampuan masyarakat dan aspek keadilan.

Rumusan masalah yang dibahas dalam skripsi ini yaitu Bagaimana strategi humas dishub dalam mensosialisasi tentang perda No. 16 tahun 2011 kepada masyarakat kota Palembang (Studi Pada Pakir Liar di PS Mall). Sedangkan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana Untuk mengetahui strategi humas dishub dalam mensosialisasikan tentang perda No. 16 tahun 2011 kepada 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 Strategi Humas yang dilakukan dengan beberapa pendekatan-pendekatan. Pendekatan tersebut yaitu, Strategi Operasional, Pendekatan Perusasiif dan Edukatif, Pendekatan Kerja sama, Pendekatan tanggung jawab sosial Humas, Pendekatan Koordinatif dan Integratif. Selain Strategi Humas melakukan pendekatan-pendekatan, penulis mengambil kesimpulan bahwa Dinas Perhubungan Kota Palembang tidak hanya melakukan pendekatan-pendekatan saja, tetapi juga memanfaatkan media dalam sosialisasi Perda nomor 16 tahun 2011. Terlihat beberapa ragam media yang didalamnya terdapat informasi pesan Perda nomor 16 tahun 2011. Media tersebut yaitu, media cetak, media massa dan pendekatan langsung kepada masyarakat dan juru pakir di Kota Palembang.

Kata kunci: Strategi humas, Mensosialisasikan, Perda No. 16 tahun 2011

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat 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 DISHUB DALAM MENSOSIALISASIKAN TENTANG PERDA NO. 16 TAHUN 2011 KEPADA MASYARAKAT KOTA PALEMBANG (STUDI PADA PAKIR LIAR DI PS MALL).”** 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 Komunikasi 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. Ibu Dr. Hamidah, M. Ag . selaku pembimbing satu yang telah banyak membantu memberikan masukan, dorongan tentang isi skripsi ini serta semangat, dukungan dan do'a.
4. Bapak Mohd. Aji Isnaini, MA 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 dinas perhubungan 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 dinas perhubungan 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 Zulham Hidayat, Roni

Sianturi, Rahmat Hidayat, Mukhsinin dan seluruh teman-teman Komunikasi Penyiaran Islam lainnya.

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

Palembang, 8 Agustus 2018

Penulis,

Muhammad Muslimin Akbar

NIM.13510032

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
NOTA DINAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	8
F. Kerangka Teori	10
G. Metodologi Penelitian.....	18
BAB II LANDASAN TEORI.....	22
A. Pengertian Humas	22
B. Ruang Lingkup dan Sasaran Humas	29
C. Strategi Humas	34

D. Sosialisasi Program Pemerintahan.....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	49
A. Sejarah Singkat Dinas Perhubungan Kota Palembang	49
B. Visi dan Misi	51
C. Struktur Organisasi	52
D. Tugas, Fungsi dan kewenangan.....	53
E. Sarana dan Prasarana.....	64
F. Jumlah Keseluruhan Anggota Dinas Perhubungan Kota Palembang.....	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	67
A. Strategi Humas Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan dalam mensosialisasikan Sensus Ekonomi 2016	69
BAB V PENUTUP.....	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	92
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	93
LAMPIRAN – LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Ketentuan Retribusi	4
Tabel 1. 2 Jumlah Kendaraan Motor dan Mobil Yang Parkir Liar	5
Tabel 3. 1 Jumlah Terminal Kota Palembang	64
Tabel 3. 2 Jumlah Pegawai Keseluruhan Dinas Perhubungan Kota Palembang	65
Tabel 4. 1 Hasil Penelitian	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Dinas Perhubungan Kota Palembang	52
Gambar 4. 1 Razia Gabungan Dishub Kota Palembang.....	72
Gambar 4. 2 Mensosialisasikan Perda Nomor 16 Tahun 2011 Kepada Juru Parkir	77
Gambar 4. 3 Kerjasama Dishub dan Organisasi Lain Dalam Menertibkan Parkir Liar	80
Gambar 4. 4 Media Cetak dan Media Massa Dishub Kota Palembang	83

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehidupan sebuah kota tidak dapat terlepas dari kebutuhan akan berbagai sarana prasarana layanan publik sebagai pendukung kebutuhan masyarakat. Pertumbuhan yang pesat di perkotaan berdampak terhadap kebutuhan sarana prasarana. Pertambahan kebutuhan akan infrastruktur berpengaruh pada proses pembangunan dan meningkatnya kebutuhan akan ruang kota. Pembangunan perkotaan pada dasarnya bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pembangunan perkotaan merupakan upaya yang dilaksanakan untuk meningkatkan kemampuan perkotaan dalam rangka penyediaan prasarana dan sarana layanan umum bagi masyarakat dalam kegiatan ekonominya.

Pemerintah kota memiliki kewajiban untuk menyediakan layanan kota, termasuk prasarana dan sarana. Penyediaan sarana dan prasarana layanan publik harus mampu mengimbangi kebutuhan masyarakat perkotaan guna meningkatkan kualitas hidup masyarakat serta menunjang berbagai aktivitas masyarakat. Dinas Perhubungan

merupakan dinas daerah yang menyelenggarakan sebagian urusan pemerintah dan pelayanan umum di bidang perhubungan.

Fungsi dinas perhubungan yaitu sebagai berikut:¹

1. pengumpulan dan pengolahan data, penyusunan rencana dan program bidang perhubungan, komunikasi dan informatika.
2. penyiapan perumusan kebijaksanaan pelaksanaan di bidang perhubungan, komunikasi dan informatika di Sumatera Selatan
3. pengkoordinasian, pengendalian dan pengawasan serta evaluasi pelaksanaan tugas di bidang lalu lintas angkutan jalan dan kereta api
4. pengkoordinasian, pengendalian, dan pengawasan serta evaluasi pelaksanaan tugas di bidang angkutan sungai, danau penyeberangan dan hubungan laut.
5. Pengkoordinasian pengendalian dan pengawasan serta evaluasi pelaksanaan tugas di bidang perhubungan udara
6. Pengkoordinasian, pengendalian dan pengawasan serta evaluasi pelaksanaan tugas di bidang komunikasi dan informatika.
7. Pembinaan terhadap unit pelaksana teknis dalam lingkup tugasnya

¹ Dishubkominfo. <http://www.dishubkominfo.sumselprov.go.id/> diakses tanggal 09 November 2017.

8. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh gubernur sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Dinas Perhubungan mempunyai peranan penting sebagai dinas yang menangani bidang transportasi secara umum mengatur dan menetapkan. Transportasi menjadi suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat perkotaan terutama dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Aktivitas-aktivitas di pusat kota yang tinggi akan berpengaruh terhadap pergerakan kendaraan yang besar pada jalan di sekitarnya. Kondisi ini tergantung pada sistem transportasi yang ada dan tempat parkir merupakan paling utama dari sistem transportasi.

Tempat parkir sangat dibutuhkan dan merupakan bagian dari fasilitas publik yang tersedia oleh Pemerintah Kota. Meningkatkannya kendaraan pribadi dari tahun ke tahun menyebabkan kebutuhan akan lahan parkir pun semakin meningkat sementara pertumbuhan jalan sangat kecil. Kondisi parkir di berbagai kota besar di Indonesia semakin hari semakin mengkhawatirkan dan menjadi salah satu penyebab kemacetan. Pemerintah Kota belum mampu menyediakan layanan parkir yang memadai. Hal ini berakibat pada menurunnya kapasitas jalan, lalu lintas menjadi padat dan terhambat, mengganggu pengguna jalan lain,

dan munculnya pakir liar yang di kelola oleh preman. Kondisi tersebut juga terjadi dalam pengelolaan pakir di Palembang.

Perda 16 tahun 2011 tentang retribusi jasa umum penyelenggaraan transportasi sudah dijelaskan bahwa tarif pakir antara lain yaitu:

No	Jenis	Tarif
1	Pakir di tepi jalan umum	
	a. Sepeda	Rp. 500,-
	b. Motor	Rp. 1.000,-
	c. Mobil penumpang, station wagon, jeep, sedan, pic up dan sejenisnya.	Rp. 2.000,-
	d. Bus kecil, truk engkel, dan sejenisnya.	Rp. 3.000,-
	e. Bus sedang, bus besar, truk/tangki, box dan sejenisnya.	Rp. 5.000,-
	f. Truk gandeng, tronton/ truk tiga sumbu keatas, truk temple, truk peti dan sejenisnya.	Rp. 10.000,-

Tabel 1. 1 Ketentuan Retribusi

Penarikan tarif parkir liar yang tidak sesuai dengan perda 16 tahun 2011 oleh juru parkir membuat masyarakat terbebaskan. Berdasarkan Prinsip dan sasaran dalam penetapan stuktur dan besarnya tarif retribusi jasa umum didasarkan pada kebijakan daerah dengan memperhatikan biaya penyediaan jasa yang bersangkutan, kemampuan masyarakat dan aspek keadilan.² Berikut tabel kendaraan bermotor parkir liar di Palembang Square perhari yaitu:

Hari	Waktu	Motor	Mobil
Senin	1 Jam	50	30
Salasa	1 Jam	75	20
Rabu	1 Jam	60	15
Kamis	1 jam	55	20
Jumat	1 Jam	80	30
Sabtu	1 Jam	100	35
Minggu	1 Jam	100	35

Tabel 1. 2 Jumlah Kendaraan Motor dan Mobil Yang Parkir Liar

Strategi adalah bagian dari suatu rencana, sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan, yang pada akhirnya

² Peraturan Daerah -16-2011, Palembang.go.id.pdf diakses tanggal 09 November 2017.

perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen dari lembaga. Oleh sebab itu strategi yang harus dilakukan humas Dishub yaitu mampu mengkomunikasikan pesan menghimbau kepada seluruh masyarakat untuk berperan dalam penerapan tarif parkir. Karena strategi humas sangat diperlukan dalam masyarakat untuk menciptakan kondisi yang baik antara lembaga dan publiknya. Seluruh kegiatan yang berkaitan dengan publik internal maupun eksternal tidak terlepas dari proses komunikasi yang baik. Maka dari itu sangat perlu dilakukannya sosialisasi oleh Humas Dishub Kota Palembang dalam pelaksanaan tarif parkir. Melihat hal tersebut maka peneliti akan membahas judul **“STRATEGI HUMAS DISHUB DALAM MENSOSIALISASIKAN TENTANG PERDA NO. 16 TAHUN 2011 KEPADA MASYARAKAT KOTA PALEMBANG (STUDI PADA PAKIR LIAR DI PS MALL).”**

B. Rumusan Masalah

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

Bagaimana strategi humas dishub dalam mensosialisasi tentang perda No. 16 tahun 2011 kepada masyarakat kota Palembang (Studi Pada Pakir Liar di PS Mall)?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah:

Untuk mengetahui strategi humas dishub dalam mensosialisasikan tentang perda No. 16 tahun 2011 kepada masyarakat.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang bisa diambil dari penelitian ini yaitu:

1. Sebagai refensi dan sumbangan pemikiran yang di harapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan akademik bagi ilmu pengetahuan di bidang komunikasi dan humas.
2. Memberikan penambahan ilmu mengenai sosialisasi sehingga dapat bermanfaat dalam mengembangkan kualitas dan kuantitas.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam penyusunan skripsi ini akan mencantumkan beberapa skripsi yang terkait dengan masalah yang akan dibahas oleh penulis, antara lain:

Helwa Septi Tricahyani, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang tahun 2016 yang berjudul “ *Peran Humas BKKBN Provinsi Sumatera Selatan Dalam Mensosialisasikan Program Kependudukan Keluarga Berencana dan Pembangunan Keluarga Berbasis Keluarga*”. Dalam skripsi ini membahas mengenai peran humas BKKBN dalam mensosialisasikan yaitu pentingnya program keluarga berencana untuk menghadapi demografi mendatang. Peranan sebagai pendukung dalam suatu organisasi atau perusahaan yang pada intinya humas harus bisa menghadapi perkembangan zaman.

Maesa Mulyaningsih, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah tahun 2014 yang berjudul “ *Strategi Public Relations Dalam mensosialisasikan Busana Muslim Modern*”. Dalam skripsi ini membahas mengenai strategi Public relations Rabanni dalam mensosialisasikan busana muslim modern lewat media komunikasi seperti program-program

menarik, menjaga citra positif dan promosi. Pelayanan yang ramah dari pegawai Rabani mampu menarik minat pelanggan untuk terus menggunakan produknya.

Alresti Pancarini, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang tahun 2016 yang berjudul “*Strategi Publik Relations dalam Mempromosikan Brand Pada Produk Indohome PT. Telekomunikasi Indonesia, TBK Palembang*”. Dalam skripsi ini membahas mengenai public relations sangat berperan dalam mempromosikan brand pada Pt. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Palembang kepada masyarakat luas agar semakin mengenal dan meningkatkan pelanggan yang sudah ada. Public relations Pt. Telekomunikasi Indonesia menyadari untuk mencapai visi dan misi yang diharapkan butuh strategi yang tepat.

Setelah peneliti mengamati dan membaca tinjauan pustaka diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa belum terdapat karya ilmiah dalam bentuk skripsi yang membahas tentang “*Strategi Humas Dishub dalam Mensosialisasikan Perda No. 16 Tahun 2011 Kepada Masyarakat Kota Palembang (Studi Pada Pakir Liar di PS Mall)*”.

F. Kerangka Teori

1. Pengertian Humas

Humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasi sedekemikian rupa sebagai suatu rangkai kampaye atau program terpadu, dan semuanya ini berlangsung secara berkesinambungan dan teratur.³ 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 pemempin organisasi dan mengimplementasikan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan kepentingan khalayak.

2. Strategi Humas

Menurut Ahmad S. Adnanputra, MA, MS, pakar Humas dalam naskahnya berjudul *PR Strategy*, yang mengatakan bahwa arti strategi adalah bagian terpadu suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada

³ Linggar anggoro, *Teori & Profesi Kehumasan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal.1

akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen.

Adapun tahap-tahap kegiatan strategi humas, yaitu :

1. Komponen sasaran, umumnya adalah *stakeholder* dan publik yang mempunyai kepentingan yang sama. Sasaran umum tersebut secara struktural dan formal yang dipersempit melalui upaya segmentasi yang dilandasi “seberapa jauh sasaran itu menyanggah opini bersama, potensi, dan pengaruhnya bagi masa depan organisasi, lembaga, nama perusahaan dan produk yang menjadi perhatian sasaran khusus”. Maksud sasaran khusus disini adalah publik sasaran (*target publik*).
2. Komponen sarana yang pada strategi humas berfungsi untuk menggarap ketiga kemungkinan tersebut kearah posisi atau dimensi yang menguntungkan, melalui pola dasar “*The 3-C’s Option*” (*Conservation, Change, dan Crystallization*).⁴

3. Fungsi, Peran, dan Tujuan Humas

Menurut cutlip & center menyebut fungsi public relations sebagai berikut:

⁴ Rosady Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1998), h. 108.

- a) Menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi
- b) Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada public dan menyalurkan opini public kepada perusahaan.
- c) Melayani publik dan memberikan nasihat kepada pimpinan perusahaan untuk kepentingan umum.
- d) Membina hubungan secara harmonis antara perusahaan dan publik, baik internal maupun eksternal.

Peranan public relations dalam suatu organisasi dapat dibagi empat katagori (Dozier & Broom, 1995):

- a) Penasihat Ahli

Seorang praktisi pakar public relations yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencarikan solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (public relationship). Hubungan praktisi pakar PR dengan manajemen organisasi seperti hubungan antara dokter dan pasien.

b) Fasilitator Komunikasi

Dalam hal ini, praktisi PR bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Dipihak lain, dia juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya.

c) Fasilitator proses pemecahan masalah

Peranan praktisi PR dalam proses pemecahan persoalan public relations ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat (adviser) hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan professional.

d) Teknisi komunikasi

Berbeda dengan tiga peranan praktisi PR profesional sebelumnya yang terkait erat dengan fungsi dan peranan manajemen organisasi. Peranan communication technician ini menjadikan pratisi PR sebagai journalist in resident yang

hanya menyediakan layanan teknisi komunikasi atau dikenal dengan metode *communication in organization*.

Tujuan merupakan sesuatu yang mengarahkan kegiatan *public relations* sehingga tidak melenceng atau salah sasaran. Seorang praktisi *public relations* harus merumuskan tujuan secara jelas, spesifik, dan dinyatakan dalam bentuk tertulis tentang apa saja yang mesti dicapai di visi *public relations* dalam periode waktu tertentu.

Tujuan humas antara lain:

- a) Menciptakan pemahaman (*Mutual understanding*) antara perusahaan dan publiknya.

Tujuan kegiatan *public relations* pertama kali adalah berupaya menciptakan saling pengertian antara perusahaan dan publiknya. melalui kegiatan komunikasi diharapkan terjadi kondisi kecukupan informasi (*Well-informed*) antara perusahaan dan publiknya. Kedua, *public relations* harus menyampaikan informasi tentang karyawan kepada pihak manajemen dan berupaya meyakinkan manajemen agar memerhatikannya dalam proses pengambilan kebijakan. Informasi tentang karyawan ini, misalnya mencakup

motivasi kerja, produktivitas kerja, kebutuhan-kebutuhan, keluhan-keluhan, saran-saran karyawan dan sebagainya.

b) Membangun citra korporat.

Citra (*Image*) merupakan gambaran yang ada dalam benak public tentang perusahaan. Citra adalah persepsi public tentang perusahaan menyangkut pelayanan, kualitas produk, budaya perusahaan, perilaku perusahaan atau perilaku individu-individu dalam perusahaan dan lainnya. citra perusahaan (*Corporate image*) bukan hanya dilakukan seorang *public relations* sendirian, tetapi perilaku seluruh unsur perusahaan (karyawan, manajemen dan lainnya) ikut adil dalam pembentukan citra ini, baik disadari atau tidak.

c) Citra korporat melalui program CSR.

Corporate social responsibility adalah program *public relations* untuk melibatkan diri mengatasi persoalan-persoalan sosial di lingkungan. CSR adalah pengintegrasian kepedulian terhadap masalah sosial dan lingkungan hidup ke dalam operasi bisnis perusahaan dan interaksi sukarela antara perusahaan dan para stakeholdernya.

- d) Membentuk opini publik yang *favourable*.
- e) Membentuk *goodwill* dan kerja sama.

4. Pengertian Sosialisasi

Sosialisasi secara sederhana dapat diartikan sebagai penyebaran informasi (program, kebijakan, peraturan) dari satu pihak (pemilik program, kebijakan, peraturan) kepada pihak-pihak lain (aparatur, masyarakat yang terkena program, dan masyarakat umum). Sosialisasi merupakan salah satu bentuk strategi komunikasi untuk menyebarkan pesan. Robert Lawang membagi sosialisasi menjadi dua macam: Pertama, sosialisasi primer, yaitu proses sosialisasi yang terjadi pada saat usia seseorang masih usia balita. Pada fase ini, seorang anak dibekali pengetahuan tentang orang-orang yang berada di lingkungan sosial sekitarnya melalui interaksi, seperti dengan ayah, ibu, kakak, dan anggota keluarga lainnya. Kedua, sosialisasi sekunder, yaitu sosialisasi yang berlangsung setelah sosialisasi primer, yaitu semenjak usia 4 tahun hingga selama hidupnya. Jika proses sosialisasi primer didominasi peran keluarga yang sangat kuat, akan tetapi di dalam sosialisasi sekunder proses pengenalan akan tata kelakuan adalah lingkungan sosialnya, seperti teman sepermainan, sekolah, orang lain yang lebih

dewasa hingga pada proses pengenalan adat istiadat yang berlaku di lingkungan sosialnya.⁵

Tipe sosialisasi setiap kelompok masyarakat mempunyai standar dan nilai yang berbeda. Perbedaan standar dan nilai pun tidak terlepas dari tipe sosialisasi yang ada. Ada dua tipe sosialisasi. Kedua tipe sosialisasi tersebut adalah Pertama, tipe formal, yaitu sosialisasi tipe ini terjadi melalui lembaga-lembaga yang berwenang menurut ketentuan yang berlaku dalam negara, seperti pendidikan di sekolah dan pendidikan militer. Kedua, tipe informal, yaitu sosialisasi tipe ini terdapat di masyarakat atau dalam pergaulan yang bersifat kekeluargaan, seperti antara teman, sahabat, sesama anggota klub, dan kelompok-kelompok sosial yang ada di dalam masyarakat.⁶

Sosialisasi tidak akan berjalan jika tidak ada peran media sosialisasi. Adapun media sosialisasi tersebut adalah lembaga sosial. Lembaga sosial adalah alat yang berguna untuk melakukan serangkaian peran menanamkan nilai-nilai dan norma-norma sosial. Lembaga sosial tersebut adalah keluarga, lembaga pendidikan, lembaga politik, media massa, lembaga keagamaan, lingkungan sosial. Maka di era teknologi yang semakin canggih saat ini pemanfaatan peran media sosialisasi

⁵ Elly M. Setiadi, *Pengantar Sosiologi*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 167

⁶ *Ibid*, h. 172

khususnya media massa sangat berperan penting dalam proses sosialisasi.

G. Metodologi Penelitian

1. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a) Sumber data primer

Data primer adalah sumber data yang ada di lapangan langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan data primer dari humas dishub kota Palembang melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

b) Sumber data sekunder

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

2. Teknik pengumpulan data

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode yaitu sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pancaindra secara langsung tentang bagaimana strategi humas yang dilakukan Humas Dishub Dalam Mensosialisasi Tarif Pakir Kepada Masyarakat Kota Palembang.⁷ Sehingga dengan ini, peneliti memperoleh data maupun informasi mengenai Strategi Humas Dishub Dalam Mensosialisasi Tarif Pakir Kepada Masyarakat Kota Palembang.

b. Wawancara

Wawancara salah satu metode yang dapat digunakan mengumpulkan data penelitian. wawancara adalah proses Tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi penelitian.⁸ Maka dalam penelitian ini akan mewawancarai Humas Dishub dalam menggali informasi tentang strategi Humas dalam mensosialisasikan tarif pakir kepada masyarakat

⁷ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2007), h. 118

⁸ Cholid Narbuko dan Abu Achmad, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta, Bumi Aksara, 2015). hal.85

Kota Palembang, di kalangan eksternal maka peneliti mewawancarai target sasaran masyarakat Kota Palembang.

c. Dokumentasi

Dokumentasi salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Sebagian besar data yang tersedia yaitu berbentuk surat, catatan harian, cendera mata, laporan, artefak, dan foto.

3. Analisis data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah di pahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁹ Analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, (Bandung, Alfabeta, 2009). hal.335

dikembangkan menjadi hipotesis. Berdasarkan hipotesis yang dirumukan berdasarkan data tersebut, selanjutnya dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan data yang terkumpul.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Humas

Dalam buku *Teori dan Profesi Kehumasan* yang di tulis M. Linggar Anggoro, pengertian humas adalah terjemahan dari *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. Humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasi sedekemikian rupa sebagai suatu rangkai kampaye atau program terpadu, dan semuanya ini berlangsung secara berkesinambungan dan teratur. 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, memprediksikan setiap kemungkinan konsekuensi dari setiap kegiatannya, memberi masukan kepada para pemimpin organisasi dan mengimplementasikan program-program tindakan yang

terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan kepentingan khalayak.¹⁰

Menurut Frank Jefkins, humas adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar antara organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling percaya. Menurut Dominick Humas mencakup hal-hal sebagai berikut¹¹:

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

a. Fungsi, Peran dan Tujuan Humas

1. Humas berfungsi dalam suatu organisasi atau lembaga apabila humas telah menunjukkan suatu kegiatan yang jelas dan dapat dibedakan dari kegiatan. Menurut Cutlip & Center menyebut fungsi Humas sebagai berikut:

- e) Menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi

¹⁰ Linggar Anggoro, *Teori & Profesi Kehumasan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h.1

¹¹ Morisan, *Manajemen Public Relations*, (Jakarta: Kencana, 2008), h.8

- f) Membina hubungan secara harmonis antara perusahaan dan publik internal maupun eksternal.
- g) Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada public dan menyalurkan opini public kepada perusahaan.
- h) Melayani publik dan memberikan nasihat kepada pimpinan perusahaan untuk kepentingan umum.
- i) Operasional dan organisasi humas adalah bagaimana membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya, untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang ditimbulkan dari pihak organisasi maupun dari pihak publiknya.¹²

2. Peranan Humas dalam suatu organisasi dapat dibagi empat katagori (Dozier & Broom, 1995):

e) Penasihat Ahli

Seorang praktisi pakar public relations yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu

¹² Rosady Ruslan, *Kampanya Public Relations*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2007) h. 9

mencarikan solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (*public relationship*). Hubungan praktisi pakar PR dengan manajemen organisasi seperti hubungan antara dokter dan pasien.

f) Fasilitator Komunikasi

Dalam hal ini, praktisi PR bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Di pihak lain, dia juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya.

g) Fasilitator proses pemecahan masalah

Peranan praktisi PR dalam proses pemecahan persoalan *public relations* ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat (*adviser*) hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan professional.

h) Teknisi komunikasi

Berbeda dengan tiga peranan praktisi PR profesional sebelumnya yang terkait erat dengan fungsi dan peranan manajemen organisasi. Peranan communication technician ini menjadikan praktisi PR sebagai journalist in resident yang hanya menyediakan layanan teknisi komunikasi atau dikenal dengan *methode communication in organization*.

3. Tujuan Humas

Tujuan merupakan sesuatu yang ingin dicapai, dituju atau diarah. Tujuan merupakan sesuatu yang mengarahkan kegiatan *public relations* sehingga tidak melenceng atau salah sasaran. Seorang praktisi *public relations* harus merumuskan tujuan secara jelas, spesifik, dan dinyatakan dalam bentuk tertulis tentang apa saja yang mesti dicapai di visi *public relations* dalam periode waktu tertentu. Tujuan humas antara lain:¹³

- f) Menciptakan pemahaman (*Mutual understanding*) antara perusahaan dan publiknya.

¹³ Rachmat Kriyanto, *Public Relations Writing*, (Jakarta : Kencana, 2012) h.

Tujuan kegiatan *public relations* pertama kali adalah berupaya menciptakan saling pengertian antara perusahaan dan publiknya. melalui kegiatan komunikasi diharapkan terjadi kondisi kecukupan informasi (*Well-informed*) antara perusahaan dan publiknya. Kedua, *public relations* harus menyampaikan informasi tentang karyawan kepada pihak manajemen dan berupaya meyakinkan manajemen agar memerhatikannya dalam proses pengambilan kebijakan. Informasi tentang karyawan ini, misalnya mencakup motivasi kerja, produktivitas kerja, kebutuhan-kebutuhan, keluhan-keluhan, saran-saran karyawan dan sebagainya.

g) Membangun citra korporat.

Citra (*Image*) merupakan gambaran yang ada dalam benak publik tentang perusahaan. Citra adalah persepsi publik tentang perusahaan menyangkut pelayanan, kualitas produk, budaya perusahaan, perilaku perusahaan atau perilaku individu-individu dalam perusahaan dan lainnya. citra perusahaan (*Corporate image*) bukan hanya dilakukan seorang *public relations* sendirian, tetapi perilaku seluruh

unsur perusahaan (karyawan, manajemen dan lainnya) ikut adil dalam pembentukan citra ini, baik disadari atau tidak.

h) Citra korporat melalui program CSR.

Corporate social responsibility adalah program *public relations* untuk melibatkan diri mengatasi persoalan-persoalan sosial di lingkungan. CSR adalah pengintegrasian kepedulian terhadap masalah sosial dan lingkungan hidup ke dalam operasi bisnis perusahaan dan interaksi sukarela antara perusahaan dan para stakeholdernya.

i) Membentuk opini publik yang *favourable*

Sikap publiknya terhadap perusahaan bila diekspresikan disebut opini publik. Jadi, opini publik ini merupakan ekspresi publik mengenai persepsi dan sikapnya terhadap perusahaan. Dalam kaitan ini, *public relations* dituntut memelihara komunikasi persuasif yang di tunjukan untuk:

- a. Menjaga opini yang mendukung (*Maintain favourable opinion*).
- b. Menciptakan opini yang masih tersembunyi atau yang belum diekspresikan (*Create opinion where none exist or where it is latent*).

- c. Menetralkan opini yang negatif (*Neutralize hostile opinion*).
- j) Membentuk *goodwill* dan kerja sama.

Pada tahap ini, tujuan *public relations* sudah pada tahap tindakan nyata. Atinya sudah tercipta jalinan kerja sama dalam bentuk perilaku tertentu yang mendukung keberhasilan perusahaan. Dalam tahap ini diharapkan publik secara nyata mendukung program-program perusahaan. Misalnya publik turut serta menyukseskan kampanye *public relations* atau tetap loyal mengonsumsi produk perusahaan.

B. Ruang Lingkup dan Sasaran Humas

1. 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 mengantungkannya. 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. Seorang public relations harus mampu mengidentifikasi mengenal hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat.¹⁴

b. Hubungan keluar (*public eksternal*)

Public eksternal adalah publik umum. Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik 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

¹⁴ Scott M. Cutlip. et al, *Effective Public Relations*, (Jakarta: Kencana, 2009)

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.

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 lokal agar dapat mempengaruhi kebijakan publik.

4) Manajemen Isu

Manajemen isu merupakan upaya organisasi atau perusahaan untuk melihat kecenderungan isu atau

opini publik 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

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.¹⁵

2. Sasaran Kegiatan Humas

Citra merupakan sasaran humas, praktisi 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 perusahaan atau organisasi yang diwakilinya.

Humas dituntut untuk pandai berkomunikasi menyampaikan pesan agar tidak terjadi salah paham. Apabila humas sebagai komunikator tidak bisa menyampaikan pesan yang baik maka komunikan tidak bisa memahami isi pesan yang disampaikan

¹⁵ Morisan, *Op. Cit.* h.31

dan dikhawatirkan akan menimbulkan dampak negatif bagi organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

Menurut H.Fayol beberapa sasaran kegiatan humas adalah sebagai berikut:

- a. Membangun identitas dan citra perusahaan
 - 1) Menciptakan identitas dan citra perusahaan positif.
 - 2) Mendukung kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan berbagai pihak.
- b. Menghadapi masalah dan menangani keluhan dari public.
- c. Mempromosikan aspek kemasyarakatan
 - 1) Mempromosikan yang menyangkut kepentingan publik.
 - 2) Mendukung kegiatan sosial anti merokok, serta menghindari obat-obatan terlarang dan sebagainya.

C. Strategi Humas

Strategi sering disebut rencana jangka panjang untuk menetapkan garis besar tindakan. lamanya jangka waktu yang akan dicakup tentu bervariasi. Menurut Ahmad S. Adnanputra, MA, MS, pakar Humas dalam naskahnya berjudul *PR Strategy*, yang mengatakan

bahwa arti strategi adalah bagian terpadu suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen. 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 rencana humas”.¹⁶ Strategi Humas di bentuk melalui beberapa tahapan dan langkah-langkah manajemen kehumasan.

Adapun langkah-langkah kerja humas menurut Scott M. Cutlip & Allen H. Center dalam upaya sebagai landasan acuan untuk pelaksanaan program kerja kehumasan, yaitu sebagai berikut:

1. Menentukan Masalah (*defining the problem*)

Langkah pertama ini meliputi kegiatan untuk meneliti dan mengawasi pengetahuan, pendapat, sikap dan tingkah laku khalayak yaitu pihak-pihak yang berkepentingan atau terpengaruh oleh tindakan dan kebijakan organisasi atau perusahaan. pada intinya, langkah pertama ini merupakan

¹⁶ Rosady Ruslan. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1998) h. 133

kegiatan inteligen untuk mengumpulkan informasi atau data yang menjadi dasar berpijak praktisi Humas guna mengambil langkah selanjutnya. dalam kegiatan penentuan masalah ini praktisi Humas harus menjawab pertanyaan (*What's our problem?*)"Apa yang terjadi saat ini?"

2. Perencanaan dan Penyusunan Program (*planning and programming*)

Masalah yang telah ditentukan pada langkah pertama digunakan untuk menyusun program, tujuan, tindakan, dan strategi komunikasi. langkah kedua mencakup tindakan untuk memasukkan temuan yang diperoleh pada langkah pertama kedalam kebijakan dan program organisasi. langkah kedua ini merupakan proses untuk menjawab pertanyaan: (*Here's what we can do?*) "Berdasarkan situasi yang telah kita pelajari maka apa yang harus kita ubah, perbuat dan katakan?".

3. Melakukan Tindakan dan Berkomunikasi (*taking action and communicating*).

Langkah ketiga mencakup kegiatan melaksanakan tindakan dan melakukan komunikasi yang sejak awal dirancang

untuk mencapai tujuan tertentu. pertanyaan yang harus diajukan pada tahap ini adalah: (*Here's what we did and why?*) "siapa yang harus melakukan dan mengatakannya, kapan, di mana, dan bagaimana caranya?"

4. Evaluasi Program (*evaluating the program*)

Langkah terakhir ini mencakup penilaian atau evaluasi atas persiapan, pelaksanaan dan hasil-hasil program. program dapat dilanjutkan atau dihentikan setelah menjawab pertanyaan: (*How did we do?*) "bagaimana kita telah melakukannya?" penyesuaian dan perbaikan terhadap tindakan atau komunikasi yang telah dilaksanakan dapat dilakukan berdasarkan umpan balik yang diterima. Kaitan setiap dari empat tahapan atau langkah-langkah dalam program kerja utama PR tersebut di atas, artinya tahapan satu dengan tahapan yang lainnya adalah saling berhubungan erat dan tidak dapat dipisahkan.

Menurut Cutlip-Center-Broom, perencanaan strategis (*strategic planning*) bidang humas meliputi kegiatan:¹⁷

- a. Membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program;

¹⁷*ibid*, h. 373.

- b. Melakukan identifikasi khalayak penentu (*key publics*);
- c. Menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih; dan
- d. Memutuskan strategi yang akan digunakan.

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 Humas¹⁸, yaitu:

- 1) Strategi Operasional

Melalui pelaksanaan program humas yang dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan (*sociologi approach*), melalui mekanisme sosial kultural 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

¹⁸ Rosady Ruslan. *Loc. Cit.*

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 ditunjukan untuk mengambil keuntungan sepihak dari publik sarasanya (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.

D. Sosialisasi Program Pemerintahan

Menurut Berger, dan menurut sejumlah tokoh sosiologi yang diajarkan melalui sosialisasi ialah peran-peran. Oleh sebab itu teori sosialisasi sejumlah tokoh sosiologi merupakan teori mengenai peran (*role theory*). Salah satu teori peran yang dikaitkan dengan sosialisasi ialah teori George Herbert Mead, Mead menguraikan tahap pengembangan diri manusia. Manusia berkembang secara bertahap

melalui interaksi dengan anggota masyarakat lain. Menurut Mead pengembangan diri manusia ini berlangsung melalui beberapa tahap-tahap *play stage*, tahap *game stage*, dan tahap *generalized other*.¹⁹

Pandangan lain yang juga menekankan pada peran interaksi dalam proses sosialisasi tertuang dalam buah pikiran Charles H. Cooley. Menurut Cooley konsep diri (*self concept*) seseorang berkembang melalui interaksinya dengan orang lain. Diri yang berkembang melalui interaksi dengan orang lain ini oleh Cooley diberi nama *looking glass self*. Cooley berpendapat bahwa *looking glass self* terbentuk melalui tiga tahap. Pada tahap pertama seseorang mempunyai persepsi mengenai pandangan orang lain terhadapnya. Pada tahap berikut seseorang mempunyai persepsi mengenai penilaian orang lain terhadap penampilannya. Pada tahap ketiga seseorang mempunyai perasaan terhadap apa yang dirasakannya sebagai penilaian orang lain terhadapnya itu.²⁰ Pendapat Mead dan Cooley dalam proses sosialisasi bahwa seseorang dapat melakukan sesuatu hal atau mengenal sesuatu lewat interaksinya dengan orang lain.

¹⁹ Soerjono. *Sosiologi Suatu Pengantar*. (Jakarta: Rajawali Press, 2009), h.

21

²⁰ *Ibid*, h. 23

Dalam sosiologi proses sosialisasi dilaksanakan oleh agen-agen sosialisasi (*agent of socialization*) pihak yang melaksanakan sosialisasi. Fuller dan Jacobs mengidentifikasi empat agen sosialisasi utama; keluarga, kelompok bermain, media massa, dan sistem pendidikan. Untuk pihak yang melaksanakan sosialisasi disuatu lembaga mempunyai kesamaan. Light, Keller dan Calhoun mengemukakan bahwa media massa yang terdiri atas media cetak (surat kabar, majalah, dan lain sebagainya) maupun elektronik (radio, televisi, film internet dan lainnya) merupakan bentuk komunikasi yang menjangkau sejumlah besar orang.

Media massa diidentifikasi sebagai suatu agen sosialisasi yang berpengaruh pula terhadap perilaku khalayaknya. Peningkatan teknologi yang memungkinkan peningkatan kualitas pesan serta peningkatan frekuensi penerapan masyarakat pun memberikan peluang bagi media massa untuk berperan sebagai agen sosialisasi yang semakin penting. Pola sosialisasi menurut Jaeger adalah pola sosialisasi represif (*repressive socialization*). Sosialisasi represif menekankan pada penggunaan hukuman terhadap kesalahan, sosialisasi represif pun mempunyai ciri lain seperti penekanan pada penggunaan materi dalam hukuman dan imbalan; penekanan pada kepatuhan anak pada orang tua;

penekanan pada komunikasi yang bersifat satu arah, nonverbal dan berisi perintah. Pola kedua yang disebutkan Jaeger ialah sosialisasi partisipatoris (*participatory socialization*) merupakan pola yang di dalamnya seseorang diberi imbalan manakala berperilaku baik.²¹

Sosialisasi tidak asing lagi di kalangan masyarakat, praktisi dan akademisi. sosialisasi pada umumnya dimaknai sebagai usaha atau cara memperkenalkan suatu hal, produk, jasas, kebijakan, program, pemikiran, ide, atau konsep. Namun, secara konseptual, sosialisasi dipandang secara beragam oleh pakar. Menurut Effendi, sosialisasi (pemasyarakatan) adalah penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang lain bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga dapat aktif di dalam masyarakat.²² Sedangkan menurut Mead, sosialisasi merupakan suatu proses di mana di dalamnya terjadi pengambilan peranan (*role talking*) dalam beradaptasi proses ini seseorang belajar untuk mengetahui peranan yang harus dijalankannya serta peranan yang harus dijalankan orang lain melalui penguasaan peranan yang ada dalam masyarakat ini seseorang dapat

²¹ *Ibid*, h. 31.

²² Onong Ucjana Effendy. *Ilmu Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), h. 27.

berinteraksi dengan orang lain.²³ Sosialisasi adalah usaha memberikan sesuatu, dapat berupa informasi, yang sebelumnya hanya dimiliki atau diketahui oleh seseorang atau lembaga kepada orang atau khalayak yang lebih luas dan tersebar.

Robert Lawang, membagi sosialisasi menjadi dua macam: *Pertama, sosialisasi primer*, yaitu proses sosialisasi yang terjadi pada saat usia seseorang masih usia balita. Pada fase ini, seorang anak dibekali pengetahuan tentang orang-orang yang berada di lingkungan sosial sekitarnya melalui interaksi, seperti dengan ayah, ibu, kakak, dan anggota keluarga lainnya. Dalam proses sosialisasi primer ini, seorang anak akan dikenalkan dengan pola-pola kelakuan yang bersifat mendasar. *Kedua, sosialisasi sekunder*, yaitu sosialisasi yang berlangsung setelah sosialisasi primer, yaitu semenjak usia 4 tahun hingga selama hidupnya. Jika proses sosialisasi primer didominasi peran keluarga sangat kuat, akan tetapi di dalam sosialisasi sekunder proses pengenalan akan tata kelakuan adalah lingkungan sosialnya, seperti teman sepermainan, teman sejawat, sekolah, orang lain yang lebih

²³ Elly. *Ilmu Sosial Budaya Dasar*. (Jakarta: Kencana, 2007), h. 70.

dewasa hingga pada proses pengenalan adat istiadat yang berlaku di lingkungan sosialnya.²⁴

Berkaitan dengan mensosialisasikan program pemerintah dalam suatu lembaga atau instansi pemerintah terdapat tanggung jawab dan peran pokok Humas, walaupun terkadang dalam pelaksanaannya seluruh elemen lembaga pemerintah ikut berpartisipasi aktif. Proses perencanaan, pelaksanaan, pemberian masukan dan mengelola informasi merupakan tugas dari pada Humas pemerintah. Maka dari itu Humas di suatu organisasi memiliki peranan dalam setiap aktivitas atau kegiatan kehumasan yang dilakukannya.

Peran Humas dalam instansi pemerintah sendiri menurut peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia No. 30 Tahun 2011 tentang pedoman umum tata kelola Kehumasan di lingkungan instansi pemerintah adalah sebagai:²⁵

²⁴ Elly M. Setiadi, *etal. Loc. Cit.*

²⁵ Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia, *Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan Di Lingkungan Instansi Pemerintah.* (Jakarta: 2011), h. 13

1. Komunikator

Humas pemerintah berperan membuka akses dan saluran komunikasi dua arah, antara instansi pemerintah dan publiknya, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui sarana kehumasan.

2. Fasilitator

Humas pemerintah berperan menyerap perkembangan situasi dan aspirasi publik untuk dijadikan masukan bagi pimpinan instansi pemerintah dalam pengambilan putusan.

3. Diseminator

Humas pemerintah berperan dalam pelayanan informasi terhadap internal organisasi dan publiknya, baik langsung maupun tidak langsung, mengenai kebijakan dan kegiatan masing-masing instansi pemerintah.

4. Katalisator

Humas pemerintah berperan dalam melakukan berbagai pendekatan dan strategi guna mempengaruhi sikap dan pendapat publik untuk menyelaraskan kepentingan pemerintah dengan publik.

5. Konselor, Advisor, dan Interpreter Humas merupakan konsultan, penasihat, dan penerjemah kebijakan pemerintah.

6. Prescriber

Humas berperan sebagai salah satu instrumen strategis pemimpin puncak penentu kebijakan.

Tugas dan fungsi Humas dalam instansi pemerintah sebagaimana telah disebutkan diatas dapat menjadi acuan bahwa dalam kegiatan sosialisasi program ataupun kebijakan pemerintah yang berhubungan dengan masyarakat luas adalah tanggung jawab dan tugas Humas. Dalam menjalankan fungsi dan perannya, Humas Pemerintah pada dasarnya harus didukung dengan strategi yang sesuai dengan berbagai fungsi yang ada. sejumlah hal yang terkait dengan strategi Humas pemerintah yang dimaksudkan adalah:²⁶

1. Pembangun hubungan internal dan eksternal;
2. Penyelenggara pertemuan dan koordinasi antarinstansi;
3. Penyedia informasi pemerintah;

²⁶ *Ibid*, h. 9.

4. Pengatur pertemuan instansi pemerintah dengan media massa;
5. Pendorong upaya pemberdayaan masyarakat;
6. Pengelola sarana dan prasarana kehumasan;
7. Pembentuk citra dan reputasi positif instansi pemerintah;

Pengelola informasi pemerintahan dan pembangunan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Dinas Perhubungan Kota Palembang

Dibentuknya dinas perhubungan kota Palembang tidak serta merta di ikuti perubahan instasional, melainkan tahapan-tahapan instansional yakni berawal dari terbentuk dinas LLAJ Palembang I berubah menjadi Dinas LLAJR wilayah I, berubah lagi menjadi cabang Dinas I LLAJR Tingkat kodya Palembang. Setelah berlakunya undang-undang Nomor 14 Tahun 1992 tentang lalu lintas dan angkutan jalan dan peraturan pemerintah Nomor 22 Tahun 1990 tentang penyerahan sebagian urusan pemerintah dibidang lalu lintas dan angkutan jalan kepala daerah Tingkat I dan daerah Tingkat II. Untuk kelancaran teknik adminstrasi, setelah dikeluarkannya peraturan daerah Nomor 2 Tahun 1995 tentang pembentukan, organisasi dan tata kerja Dinas LLAJ kota madya daerah Tingkat II Palembang, pada tanggal 26 maret 1996 cabang Dinas I LLAJ Tingkat II kodya Palembang oleh walikota Palembang (Bapak Drs. H. Husni) berubah menjadi Dinas LLAJ kota madya Tingkat II Palembang yang keberadaannya dibawah pemerintah daerah kota madya Tingkat II Palembang.

Bedasarkan undang-undang nomor 22 Tahun 1999 tentang otonomi daerah, berubah istilah menjadi Dinas LLAJ kota Palembang, dan pada bulan mei Tahun 2001 menjadi Dinas perhubungan kota Palembang. Dinas perhubngan kota Palembang dipimpin oleh kepala Dinas yang berada dan bertanggung jawab kepada walikota Palembang. Dinas perhubungan kota Palembang mempunyai tugas pokok menyelenggarakan sebagian urusan rumah tangga daerah dalam bidang lalu lintas, angkutan jalan serta tugas yang lain diberikan oleh pemerintah daerah provinsi, untuk tugas tersebut Dinas perhubungan kota Palembang mempunyai fungsi sebagai berikut:

1. Melaksanakan pembinaan umum berdasarkan kebijakan yang ditetapkan oleh gubernur provinsi sumatera selatan
2. Melaksanakan pembinaan teknis berdasarkan kebijakan yang ditetapkan menteri perhubungan.
3. Melaksanakan pembinaan operasional sesuai dengan kebijaksanaan yang di tetapkan oleh walikota Palembang

B. Visi dan Misi

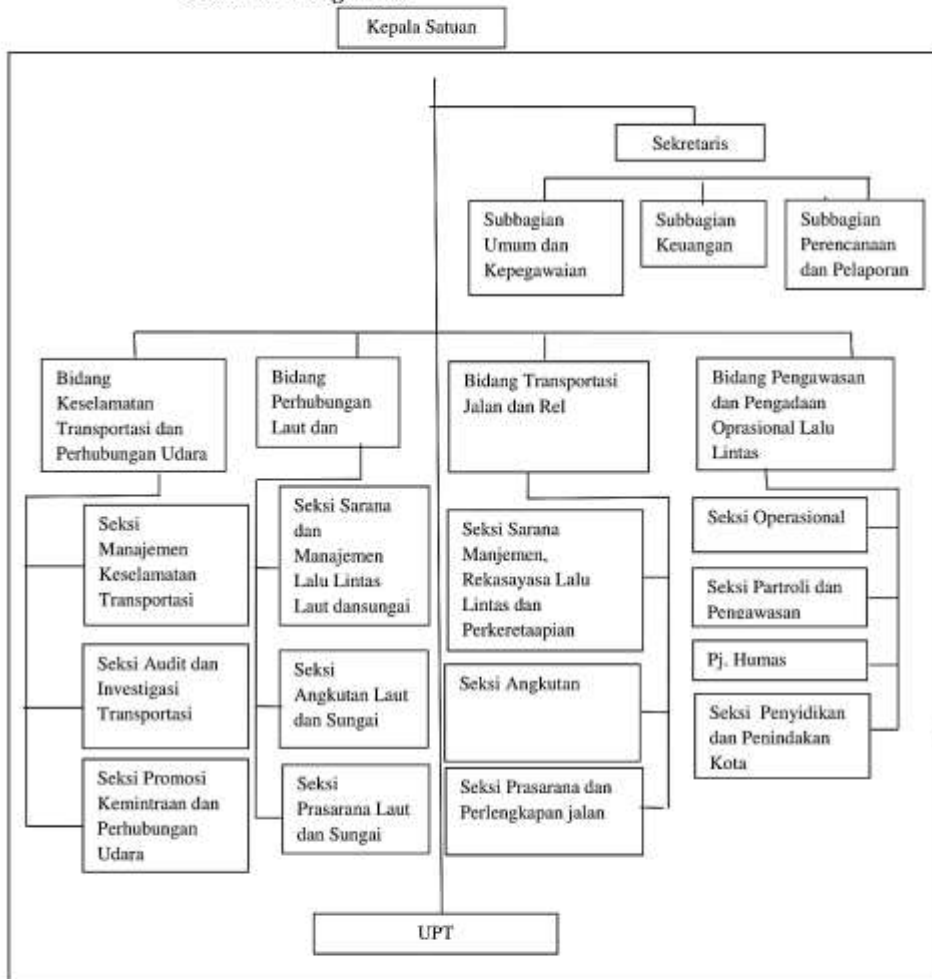
Visi:

Dalam rangka mendukung visi pemerintah kota Palembang “terwujudnya pelayanan perhubungan yang berkualitas, adil dan bewawasan lingkungan dalam rangka menuju Palembang Emas 201”

Misi:

1. Menciptakan ketertiban lalu lintas melalui pengaturan, pengawasan, pengendalian dan pemberian izin dibidang perhubungan.
2. Meningkatkan kualitas sumber daya aparatur dan kualitas sarana prasarana aparatur.

C. Struktur Organisasi



1

Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Dinas Perhubungan Kota Palembang

Keterangan Struktur Organisasi:

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.

D. Tugas, Fungsi dan kewenangan**1. Kepala Dinas**

Tugas:

Melaksanakan urusan pemerintah dibidang perhubungan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan petunjuk pelaksanaannya.

Fungsi:

- a) Memimpin kegiatan Dinas dan urusan kesekretariatan serta bidang yang ada dalam lingkungannya sesuai dengan tugas yang diberikan oleh walikota.
- b) Penyusunan visi, misi dan rencana strategis Dinas.

- c) Perumusan, penjabaran dan pelaksanaan kegiatan operasional pembangunan daerah dibidang perhubungan.
- d) Penyelenggaraan usaha-usaha pembinaan dan pelaksanaan bantuan baik bersumber dari pemerintah mau pun swasta.
- e) Pelaksanaan komunikasi, konsultasi dan kerja sama dengan unsur pemerintahan kota dan instansi masyarakat dalam usaha pelaksanaan tugas pokok dan fungsi.
- f) Monitoring, evaluasi dan pelaporan .
- g) Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh walikota.

2. Sekretaris

Tugas:

Membantu kepala dinas dalam mengkoordinasikan perencanaan, keuangan, dan pelaporan serta menyelenggarakan urusan administrasi umum, perkantoran, kehumasan dan kepegawain

Fungsi:

- a) Koordinasi penyusunan dokumen perencanaan, keuangan dan pelaporan.
- b) Pelaksanaan urusan administrasi umum.
- c) Pelaksanaan urusan rumah tangga, perlengkapan dan perkantoran.
- d) Pelaksanaan urusan administrasi kepegawaian.
- e) Pelaksanaan urusan kehumasan dan
- f) Pelaksanaan fasilitas hukum dan perundang-undangan.

3. Subbag Umum dan Kepegawain

Tugas:

Melaksanakan kegiatan administrasi surat menyurat, kearsipan, dan kepustakaan, keprotokolan, humas, hukum dan urusan perlengkapan dan rumah tangga.

4. Subbag Keuangan

Tugas:

Melaksanakan penyusunan anggaran tahunan, pengelolaan dan pengendalian keuangan, pembukuan administrasi perbendaharaan.

5. Subbag Perencanaan dan Pelaporan

Tugas:

Melaksanakan penyusunan rencana program dan kegiatan, menyusun dokumen perencanaan dinas, melaporkan hasil kerja dan capaian kinerja.

6. Bidang Keselamatan dan Perhubungan Udara

Tugas:

Melaksanakan sebagian tugas dinas di bidang keselamatan transportasi dan perhubungan udara.

Fungsi:

- a. Penyusunan rencana program dan petunjuk teknis di bidang keselamatan transportasi.
- b. Pelaksanaan program dinas dan petunjuk teknis di bidang keselamatan transportasi.
- c. Pengawasan, pembinaan dan pengendalian di bidang keselamatan transportasi.
- d. Pelaksanaan koordinasi dan kerja sama dengan instansi terkait.
- e. Pelaksanaan monitoring, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas ,dan

- f. Pelaksanaan tugas – tugas lain yan diberikan oleh kepala dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya.

7. Seksi Menejemen Keselamatan Transportsi

Tugas :

Menyiapkan bahan petunjuk teknis manajemen keselamatan transpotasi, dan mengumpulkan data dan informasi analisis keselamatan transpotasi, koordinasi unit kerja.

8. Seksi Audit dan Invetigasi Transportasi

Tugas:

Menyiapkan bahan petunjuk teknis audit dan investigasi dibidang perhubungan, dan pemantauan audit dan investigasi perhubungan.

9. Seksi Promosi Kemitraan dan Perhubungan

Tugas:

Menyiapkan bah petunjuk teknis promosi, kemitraan, dan perhubungan udara, pemantauan kegiatan pelayanan jasa kebandara udaraan dan jasa terkait, monitoring, evaluasi kegiatan promosi, kemitraan dan perhubungan.

10. Bidang Perhubungan Laut dan ASDP

Tugas:

Malaksanakan sebagian tugas dinas dibidang perhubungan laut dan angkutan sungai ASDP.

Fungsi:

- a. Penyusunan rencana program dan petunjuk teknis dibidang perhubungan laut dan ASDP.
- b. Pelaksanaan program dan petunjuk teknis di bidang perhubungan laut dan ASDP.
- c. Pengawasan, pembinaan dan pengendalian di bidang perhubungan dan ASDP.
- d. Pelaksanaan koordinasi dan kerja sama dengan instansi terkait.
- e. Pelaksanaan monitoring evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas.
- f. Pelaksanaan tugas–tugas lain yang diberikan oleh kepala dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya.

11. Seksi Sarana dan Manajemen Lalu Lintas Laut dan Sungai

Tugas:

Menyiapkan bahan pembinaan, inventarisasi serta pembinaan terhadap pelaksanaan hubungan laut dan angkutan sungai, danau, dan penyebrangan.

12. Seksi Angkutan Laut dan Sungai

Tugas:

Menyiapkan bahan pemberian izin dan penetapan trayek angkutan sungai, pengendalian angkutan, perumusan kebijakan angkutan dan bahan pembinaan pelaksanaan angkutan.

13. Seksi Prasarana Laut dan Sungai

Tugas:

Menyiapkan bahan perumusan penetapan, kebijakan penetapan dan penyediaan prasarana transportasi air serta bahan pemantauan dan analisis kinerja prasarana lalu lintas angkutan sungai dan perizinan pembangunan prasarana perhubungan sungai dan penyeberangan.

14. Bidang Transportasi Jalan dan Rel

Tugas:

Melaksanakan sebagian tugas dinas di bidang transportasi jalan dan rel.

Fungsi:

- a. Penyusunan rencana program dan petunjuk teknis di bidang transportasi jalan dan rel.
- b. Pelaksanaan program dan petunjuk teknis di bidang transportasi jalan dan rel.
- c. Pengawasan, pembinaan dan pengendalian di bidang transportasi jalan dan rel.
- d. Pelaksanaan koordinasi dan kerja sama dengan instansi terkait.
- e. Pelaksanaan monitoring evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas.
- f. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh kepala dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya.

15. Seksi Sarana Manajemen, Rekayasa Lalu Lintas dan Perkereta Apian

Tugas:

Menyiapkan bahan petunjuk teknis sarana manajemen, rekayasa lalu lintas, perkereta apian, inventarisasi sarana lalu lintas, pemberian izin pendirian bengkel umum, izin sarana dan prasarana perkereta apian, monitoring dan evaluasi sarana manajemen, rekayasa lalu lintas dan perkereta apian.

16. Seksi Angkutan

Tugas:

Menyiapkan bahan pemberian izin dan penetapan jaringan trayek angkutan jalan, pengendalian angkutan, perumusan kebijakan angkutan dan bahan pembinaan pelaksanaan angkutan.

17. Seksi Prasarana dan Perlengkapan

Tugas:

Menyiapkan bahan perumusan kebijaksanaan, penetapan dan penyediaan prasarana jalan dan rel serta bahan pemantauan dan analisis kinerja prasarana jalan dan rel.

18. Bidang Pengawasan dan Pengendalian Operasional Lalu Lintas Kota

Tugas:

Melaksanakan sebagian tugas dinas d bidang pengawasan dan operasional lalu lintas kota.

Fungsi:

- a. Penyusunan rencana program dan petunjuk teknis dibidang pengawasan dan pengendalian operasi lalu lintas kota
- b. Pelaksanaan progam dan petunjuk teknis di bidang pengawasan dan pengendalian operasi lalu lintas kota
- c. Pengawasan, pembinaan dan pengendalian di bidang pengawasan dan pengendalian operasi lalu lintas kota
- d. Pelaksanaan koordinasi dan kerja sama dengan instansi terkait.
- e. Pelaksanaan monitoring evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas.
- f. Pelaksanaan tugas–tugas lain yang diberikan oleh kepala dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya.

19. Seksi Operasional

Tugas:

Melaksanakan patrol dan pengawalan lalu lintas angkutan jalan (LLAJ), angkutan laut, angkutan sungai, danau dan penyebrangan.

20. Seksi Patroli dan Pengawasan

Tugas:

Melaksanakan pembinaan, pengawasan dan pengendalian lalu lintas angkutan jalan (LLAJ), angkutan laut, angkutan rel, udara, pos dan telekomunikasi.

21. Seksi Penyidikan dan Penindakan Kota

Tugas:

Melaksanakan kegiatan pemeriksaan kendaraan bermotor, penyelidikan tindak pidana pelanggaran.

22. Unit Pelaksana Tugas Dinas (UPTD)

Tugas:

Melaksanakan sebagian tugas dinas, disatu/beberapa wilayah kecamatan dalam satu daerah.

Fungsi:

- a) Melaksanakan sebagian tugas dinas sesuai bidangnya.
- b) Pelaksanakan urusan administrasi.

E. Sarana dan Prasarana

1. Data terminal di Kota Palembang

Nama Terminal	Tipe	Luas(m²)
Alang-alang Lebar	A	8.000
Karya Jaya	A	18.000
Jakabaring	B	8.000
Plaju	C	3.750
Sako Kenten	C	2.400
Lemabang	C	1.600
7 Ulu	C	1.800
Tangga Buntung	C	780

Tabel 3. 1 Jumlah Terminal Kota Palembang

Terminal di kota Palembang memiliki 3 tipe yaitu tipe A terdiri dari karya jaya dan alang-alang lebar, tipe B terdiri dari jakabaring dan tipe C terdiri dari plaju, sako, tangga bunting, ampere, 7 Ulu dan lemabang.

2. Perpakiran tepi jalan di kota Palembang ada 794 titik lokasi.

F. Jumlah Keseluruhan Anggota Dinas Perhubungan Kota Palembang

No	Pendidikan	Status Kepegawaian				Jumlah
		PNS	Non PNS	PHL	TKS	
1	SD	6	-	15	-	21
2	SMP	2	3	10	-	15
3	SMA	82	98	64	91	335
4	D1/D3	5	12	-	9	26
5	S1	74	38	2	9	123
6	S2	32	-	-	1	33
Jumlah		201	151	91	110	553

Tabel 3. 2 Jumlah Pegawai Keseluruhan Dinas Perhubungan Kota Palembang

Berdasarkan tabel di atas data jumlah keseluruhan pegawai Dishub yaitu PNS, Non PNS, PHL dan TKS adalah 553 orang. Pegawai PNS Dishub terdiri dari 201 orang yang masing-masing terdiri dari SD 6 orang, SMP 2 orang, SMA 82 orang, D1/D3 5 orang, S1 74 orang, dan

S2 32 orang. Pegawai Non PNS Dishub terdiri dari 151 orang yang masing-masing terdiri dari SMP 3 orang, SMA 98 orang, D1/D3 12 orang, dan S1 38 orang. Pegawai PHL Dishub terdiri dari 91 orang yang masing-masing terdiri dari SD 15 orang, SMP 10 orang, SMA 64 orang, dan S1 2 orang. Pegawai TKS Dishub terdiri dari 110 orang yang masing-masing terdiri dari SMA 91 orang, D1/D3 9 orang, S1 9 orang, dan S2 1 orang.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di bawah ini merupakan hasil penelitian yang di dapatkan dari menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, dokumentasi dan wawancara mendalam dengan informan. Penulis disini menjelaskan secara ringkas tentang Dinas Perhubungan, Perda nomor 16 tahun 2011 dan pentingnya sosialisasi dari latar belakang yang terjadi di lapangan. Dinas perhubungan merupakan unsur pelaksanaan urusan pemerintah dan pelayanan umum di bidang perhubungan. Dinas perhubungan dipimpin oleh seorang kepala Dishub yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Walikota melalui sekretaris Daerah. Dishub juga melaksanakan tugas merumuskan kebijakan teknis sesuai dengan kewenangan di bidang perhubungan, informasi dan komunikasi, pemberian perijinan dan pelaksanaan pelayanan umum, pelaksanaan kebijakan sesuai dengan lingkup tugasnya, pengelolaan dan fasilitas sesuai wewenang, pelaksanaan urusan tata usaha, pelaksanaan fungsi yang diberikan oleh Walikota terkait dengan tugas dan fungsinya.

Peraturan daerah nomor 16 tahun 2011 menjelaskan bahwa jasa umum adalah jasa yang disediakan atau diberikan oleh pemerintah

daerah untuk tujuan kepentingan dan manfaat umum serta dapat dinikmati oleh orang pribadi. Jalan adalah bagian dari jasa umum yang diperuntukkan bagi lalu lintas umum dan trotoar adalah bagian dari jalan yang diperuntukkan bagi pejalan kaki. Parkir merupakan bagian dari jasa umum, keadaan kendaraan yang bersifat sementara. Dinas Perhubungan pada tahun 2018 akan melaksanakan Sosialisasi tarif parkir yang merupakan Peraturan Daerah Kota Palembang Nomor 16 Tahun 2011.

Tantangan dan hambatan dalam penyelenggaraan sosialisasi Perda nomor 16 tahun 2011 adalah sebagai berikut:

1. Adanya persepsi negatif masyarakat terhadap penyelenggaraan kegiatan yang dilakukan pemerintah sebagai akibat dari tidak adanya pengaruh langsung yang dirasakan oleh masyarakat sebagai objek dari kegiatan.
2. Minimnya informasi yang diterima masyarakat tentang pelaksanaan sosialisasi Perda nomor 16 tahun 2011.

A. Strategi Humas Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera

Selatan dalam mensosialisasikan Sensus Ekonomi 2016

Strategi humas merupakan suatu cara untuk menjalankan fungsi komunikasi dalam setiap program dan kegiatan yang dilakukan oleh Dishub. 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 Dishub 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 suatu penelitian teori berperan untuk memecahkan masalah, dan membahasnya secara lebih terstruktur. Teori yang digunakan untuk strategi Humas dalam sosialisasi terlebih dahulu dibentuk strategi operasional, selanjutnya dilakukan pendekatan-pendekatan secara rinci dan mendalam, karena sosialisasi Perda nomor 16 tahun 2011 yang dilakukan Humas Dinas Perhubungan melibatkan berbagai kalangan seluruh elemen masyarakat. Maka dari itu, penulis menggunakan teori yang dikemukakan oleh Rosady Ruslan yaitu Humas yang 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 Humas²⁷, yaitu :

1. Strategi Operasional

Strategi operasional merupakan fungsi operasional yang menentukan arah dalam pengambilan sebuah keputusan bersama. Untuk melakukan suatu kegiatan sosialisasi dibutuhkan beberapa tahapan dan perencanaan, agar dalam pelaksanaan operasionalnya dapat berjalan lebih terstruktur, efektif, dan mengenai sasaran.

a. Identifikasi Permasalahan

Humas harus mengenal gejala dan penyebab permasalahan, Karena itu praktisi humas perlu melibatkan dirinya dalam pengumpulan fakta. Humas perlu memantau dan membaca tentang opini, sikap, dan perilaku orang-orang yang berkepentingan dan terpengaruhi oleh tindakan perusahaan. Humas Dishub harus melakukan riset terlebih dahulu agar mendapat gambaran menyeluruh atas masalah yang tengah dihadapi. Mengumpulkan data dan informasi

²⁷ Rosady Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1998), h. 117

menengenai kejadian yang terjadi. Setelah mendapatkan data dan informasi humas Dishub bisa langsung mengolah data yang telah ada. Seperti yang dikatakan oleh Wardah yaitu:

“Juru parkir yang menarik biaya parkir terlalu besar dan masyarakat yang tidak mau ribut kepada juru parkir. Sehingga masyarakat membayar uang parkir tidak sesuai dengan Perda nomor 16 tahun 2011.”²⁸

b. Perencanaan

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 yang berubah dinamis. Seperti yang dikatakan oleh Eva yaitu:

“Dishub kota Palembang melakukan rapat

²⁸ Warda , Bagian Perencanaan dan Pelaporan Dishub Kota Palembang, Wawancara Pribadi 04 April 2018.

bersama dengan pihak-pihak terkait dalam pelaksanaan sosialisasi tarif parkir. Dalam waktu kurang lebih 1 bulan Dishub akan melakukan razia gabungan bersama pihak-pihak yang terkait untuk meninjau lanjut juru parkir yang nakal.”²⁹



Gambar 4. 1 Razia Gabungan Dishub Kota Palembang
Sumber: Dok. Humas Dishub Kota Palembang

²⁹ Eva, Pejabat Humas Dishub Kota Palembang, Wawancara Pribadi 10 April 2018.

c. Tujuan

Tujuan merupakan kunci untuk menentukan apa yang akan dikerjakan. Yang dapat dilakukan dalam jangka pendek dalam mencapai kesuksesan, manager bertugas mengarahkan jalannya organisasi/perusahaan untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mewujudkan suatu hasil yang akan datang. Seperti yang dikatakan oleh Warda yaitu:

“Tujuan dilakukan sosialisasi untuk menerapkan Perda nomor 16 tahun 2011 kepada masyarakat dan juru pakir Kota Palembang.”³⁰

d. Pelaksanaan

Pelaksanaan merupakan suatu kegiatan dalam rangka tertentu untuk memberi kebijakan publik sehingga kebijakan dapat membawa hasil seperti yang di harapkan. Adanya program atau kebijakkan yang sedang dilaksanakan. Seperti yang dikatakan oleh Eva yaitu:

“Dalam pelaksaannya mensosialisasikan Perda nomor

³⁰ Warda , Bagian Perencanaan dan Pelaporan Dishub Kota Palembang, Wawancara Pribadi 04 April 2018.

16 tahun 2011 dishub berkerjasama dengan Poresta, Kodim 0418, Satpol PP, Dempop dan Kominfo.³¹

e. 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. Seperti yang dikatakan oleh Warda yaitu:

“Program yang dibuat humas Dishub dalam mensosialisasikan Perda nomor 16 tahun 2011 mengalami sedikit peningkatan.”³²

Secara strategi operasional, Dinas perhubungan telah mempersiapkan menyampaikan informasi dengan menarik, efektif, dan mengenai sasaran. selain itu juga, Dinas Perhubungan membuat jadwal susunan perencanaan. Dengan

³¹ Eva, Pejabat Humas Dishub Kota Palembang, Wawancara Pribadi 10 April 2018.

³² Warda , Bagian Perencanaan dan Pelaporan Dishub Kota Palembang, Wawancara Pribadi 04 April 2018.

adanya perencanaan maka secara pelaksanaannya akan lebih terstruktur dan terorganisasi dengan baik. 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 Dishub juga harus memperhatikan tentang bagaimana cara mensosialisasikan program-program ke masyarakat.

2. Pendekatan Persuasif dan Edukatif

Pendekatan persuasif yang dilakukan humas Dinas Perhubungan Kota Palembang dengan menetapkan dan merumuskan pesan-pesan informasi sosialisasi yang jelas, dan meyakinkan. Humas Dinas Perhubungan Kota Palembang dalam memberikan informasi ke masyarakat yaitu dengan cara berhadapan langsung dengan masyarakat, memberikan informasi yang mendidik yaitu dengan memberitahu ke masyarakat tentang Perda nomor 16 tahun 2011 dan memberikan arahan kepada masyarakat untuk mentaati aturan Perda nomor 16 tahun 2011. Seperti yang dikatakan oleh Eva

yaitu:

“Materi Pesan untuk mempengaruhi dan meyakinkan masyarakat telah dituangkan pada media-media sosialisasi. Memberikan informasi yang mendidik yaitu dengan memberitahu ke masyarakat tentang perda yang berlaku dan dengan memberikan arahan kepada masyarakat dan juru pakir untuk mentaati aturan perda yang berlaku.”³³

³³ Eva, Pejabat Humas Dishub Kota Palembang, Wawancara Pribadi 10 April 2018.



Gambar 4. 2 Mensosialisasikan Perda Nomor 16 Tahun 2011 Kepada
Juru Parkir
Sumber: Dok. Humas Dishub Kota Palembang

3. Pendekatan Tanggung Jawab Sosial Humas

Menumbuhkan sikap tanggung jawab sosial, untuk tujuan dan sasaran yang hendak dicapai dan memperoleh keuntungan bersama. Humas Dishub menghimbau kepada seluruh bagian internal organisasi untuk bisa bersama-sama mensosialisasikan Perda nomor 16 tahun 2011. Himbauan dan perintah tersebut dilakukan kepala Dinas Perhubungan dan rapat-rapat terkait. Seperti yang dikatakan oleh Eva yaitu:

“Humas Dishub Kota Palembang menumbuhkan pendekatan tanggung jawab sosial. Humas melalui publik internal pegawai Dishub Kota Palembang dengan himbauan untuk sosialisasi minimal dilingkungan sekitar tempat tinggal. Dalam membangun rasa tanggung jawab kepada publik eksternal melalui juru pakir.”³⁴

Pendekatan tanggung jawab sosial Humas diharapkan seluruh pegawai Dinas Perhubungan Kota Palembang yang ikut

³⁴ Eva, Pejabat Humas Dishub Kota Palembang, Wawancara Pribadi 10 April 2018.

dalam pengawasan dan pengelolaan. Seluruh pegawai Dishub dituntut untuk mempunyai komitmen, integritas, dan bekerja sesuai SOP.

4. Pendekatan kerja sama

Upaya dalam membina hubungan harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik hubungan *internal* dan hubungan *eksternal* untuk meningkatkan kerja sama. Dalam kegiatan menerapkan Perda nomor 16 tahun 2011 tentang tarif pakir kepada masyarakat dan juru pakir. Dishub menjalin kerja sama dengan Poresta, Kodim 0418, Satpol PP, Denpom (detasemen polisi militer), Kominfo dan lainnya. Seperti yang dikatakan oleh Eva yaitu:

“Kerjasama yang dilakukan oleh humas Dishub Kota Palembang dalam membina hubungan baik pada publik eksternal yaitu membina kerjasama dengan Poresta, Kodim 0418, Satpol PP, Dempop dan Kominfo. Sementara beberapa bentuk kerjasama internal yaitu

membina hubungan baik dengan atasan, hubungan baik dengan anggota Dishub, dan lain-lain.”³⁵



Gambar 4. 3 Kerjasama Dishub dan Organisasi Lain Dalam Menertibkan Parkir Liar

Sumber: Dok. Humas Dishub Kota Palembang

³⁵ Eva, Pejabat Humas Dishub Kota Palembang, Wawancara Pribadi 10 April 2018.

Pendekatan kerja sama yang dilakukan Dishub Kota Palembang yaitu menjalin kerja sama dengan lembaga-lembaga lainnya. Dengan itu maka lembaga yang telah bekerjasama diharapkan dapat terus menyambung kerja sama. Sehingga dengan pendekatan kerja sama keseluruhan elemen dan komponen masyarakat dapat tercapainya tujuan sosialisasi dan tercapainya data yang berkualitas.

5. Pendekatan koordinatif dan integratif

Untuk memperluas peranan humas di masyarakat, maka humas berpartisipasi dalam menunjang program yang telah di buat agar dapat terwujud dengan baik. Pendekatan koordinatif dan Integratif dilakukan dikalangan publik internal pegawai Dinas Perhubungan Kota Palembang. Seperti yang dikatakan oleh Warda yaitu:

“Dishub melakukan koordinasi dengan seluruh pegawai Dishub. Cara humas Dishub Kota Palembang membaur dengan khalayak sarannya (masyarakat) yaitu dengan melakukan sosialisasi ke masyarakat dan juru pakir Kota Palembang agar menaati Perda nomor 16 tahun 2011 untuk

kenyaman bersama.”³⁶

Humas merupakan 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 media massa dan media cetak dalam sosialisasi Perda Nomor 16 tahun 2011. Media massa yang digunakan Dishub yaitu Intragram dan media cetak yang Dishub gunakan yaitu Spanduk. Pemasangan Spanduk merupakan salah satu bentuk sosialisasi atau publisitas dengan memasang spanduk di tempat-tempat tertentu.



³⁶ Warda, Bagian Perencanaan dan Pelaporan Dishub Kota Palembang, Wawancara Pribadi 04 April 2018.



Gambar 4. 4 Media Cetak dan Media Massa Dishub Kota Palembang
Sumber: Dok. Humas Dishub Kota Palembang

Karena secara garis besar tujuan sosialisasi Perda Nomor 16 tahun 2011 adalah meningkatkan partisipasi responden. Media sosialisasi merupakan seperangkat alat komunikasi yang dirancang khusus untuk mengemas pesan sosialisasi atau publisitas secara sederhana, jelas, konsisten, dan mampu meyakinkan publik. Strategi pemanfaatan media publisitas merupakan hal penting yang harus diperhatikan untuk membangun pemahaman yang sama dan positif di masyarakat.

B. Hasil Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
Strategi Humas	Strategi Operasional	Identifikasi Permasalahan	Juru parkir yang menarik biaya parkir terlalu besar dan masyarakat yang tidak mau ribut kepada juru parkir. Sehingga masyarakat membayar uang parkir tidak sesuai dengan Perda nomor 16 tahun 2011.
		Perencanaan	Dishub kota Palembang melakukan rapat bersama dengan pihak-pihak terkait dalam pelaksanaan sosialisasi tarif parkir. Dalam waktu kurang lebih 1 bulan Dishub akan melakukan razia gabungan bersama pihak-pihak yang terkait untuk meninjak lanjuti juru parkir yang nakal.

		Tujuan	Tujuan dilakukan sosialisasi untuk menerapkan Perda nomor 16 tahun 2011 kepada masyarakat dan juru parkir Kota Palembang.
		Pelaksanaan	Dalam pelaksanaan mensosialisasikan Perda nomor 16 tahun 2011 dishub berkerjasama dengan Poresta, Kodim 0418, Satpol PP, Dempop dan Kominfo.
		Evaluasi	Program yang dibuat humas Dishub dalam mensosialisasikan Perda nomor 16 tahun 2011 mengalami sedikit peningkatan.
	Pendekatan Persuasif dan Edukatif	Pesan	Materi Pesan untuk mempengaruhi dan meyakinkan masyarakat telah dituangkan pada media-media sosialisasi.

	Memberikan Pengetahuan	Memberikan informasi yang mendidik yaitu dengan memberitahu ke masyarakat tentang perda NO 16 Tahun 2011 yang berlaku dan dengan memberikan arahan kepada masyarakat dan juru pakir untuk mentaati aturan perda yang berlaku.
Pendekatan Tanggung Jawab Sosial Humas	Menumbuhkan Sikap Tanggung Jawab	Humas Dishub Kota Palembang menumbuhkan pendekatan tanggung jawab sosial. Humas melalui publik internal pegawai Dishub Kota Palembang dengan himbauan untuk sosialisasi minimal dilingkungan sekitar tempat tinggal. Dalam membangun rasa tanggung jawab kepada publik eksternal melalui juru pakir.

	Pendekatan Kerja sama	Menjalin Kerja Sama	Kerjasama yang dilakukan oleh humas Dishub Kota Palembang dalam membina hubungan baik pada publik eksternal yaitu membina kerjasama dengan Poresta, Kodim 0418, Satpol PP, Denpom dan Kominfo. Sementara beberapa bentuk kerjasama internal yaitu membina hubungan baik dengan atasan, hubungan baik dengan anggota Dishub, dan lain-lain.
	Pendekatan Koordinatif dan Integratif	Koordinasi	Dishub melakukan koordinasi dengan seluruh pegawai Dishub.
		Integrasi (Membaur)	Cara humas Dishub Kota Palembang membaur dengan khalayak sasarnya (masyarakat) yaitu dengan melakukan sosialisasi ke masyarakat dan juru parkir Kota Palembang agar menaati

			Perda nomor 16 tahun 2011 untuk kenyamanan bersama.
Sosialisasi	Pemanfaatan Media Massa	Jenis Media	Jenis media yang digunakan oleh humas Dishub Kota Palembang dalam mensosialisasikan programnya yaitu dengan melalui media sosial seperti Instargam dan Email dan media ceta seperti Spanduk dan lainnya.
		Kelemahan dan Kelebihan Media	Kelemahan media yang digunakan kurangnya jumlah media cetak. Kelebihan media yang digunakan adalah informasi cepat, akuat, dan tepat.

Tabel 4. 1 Hasil Penelitian

Dinas Perhubungan Kota Palembang dalam mensosialisasikan Perda nomor 16 tahun 2011 dapat disimpulkan bahwa Strategi Humas yang dilakukan dengan beberapa pendekatan-pendekatan. Pendekatan tersebut yaitu, Strategi Operasional, Pendekatan Perusnis dan Edukatif, Pendekatan Kerja sama, Pendekatan tanggung jawab sosial Humas, Pendekatan Koordinatif dan Integratif. Kelima pendekatan itu telah dilakukan Dinas Perhubungan Kota Palembang dalam perencanaan dan pelaksanaan sosialisasi Perda nomor 16 tahun 2011 dengan baik dan efektif sehingga tujuan dilakukannya Perda nomor 16 tahun 2011 dapat terwujud.

Selain Strategi Humas melakukan pendekatan-pendekatan, penulis mengambil kesimpulan bahwa Dinas Perhubungan Kota Palembang tidak hanya melakukan pendekatan-pendekatan saja, tetapi juga memanfaatkan media dalam sosialisasi Perda nomor 16 tahun 2011. Terlihat beberapa ragam media yang didalamnya terdapat informasi pesan Perda nomor 16 tahun 2011. Media tersebut yaitu, media cetak, Media massa media dan pendekatan langsung kepada masyarakat dan juru pakir di Kota Palembang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penulisan skripsi ini maka dapat disimpulkan bahwa Strategi Humas Dinas Perhubungan Kota Palembang dalam mensosialisasikan tentang Perda Nomor 16 tahun 2011 kepada masyarakat Kota Palembang ialah yang dilakukan yaitu Strategi Operasional, Pendekatan Perusasiif dan Edukatif, Pendekatan Kerja sama, Pendekatan tanggung jawab sosial Humas, Pendekatan Koordinatif dan Integratif. Humas Dinas Perhubungan Kota Palembang juga memanfaatkan media massa, media cetak dan pendekatan langsung kepada masyarakat dan juru pakir dalam mensosialisasikan.

B. Saran

Berdasarkan penelitian di atas, penulis menyarankan sebagai berikut:

1. Kepada Dinas Perhubungan Kota Palembang lebih meningkatkan kinerja yang maksimal, memsosialisasikan Perda kepada para juru pakir, masyarakat dan memberantas pungli.
2. Kepada lembaga pemerintahan dapat membantu anggaran serta mendukung sarana dan prasarana agar meningkatkan kinerja Dinas Perhubungan Palembang.
3. Kepada akademisi untuk ikut berperan aktif dalam meningkatkan kesadaran tentang peraturan daerah kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-Buku

Anggoro Linggar, Teori & Profesi Kehumasan, Jakarta: Bumi Aksara, 2008

Abu Achmad dan Cholid Narbuko, Metodologi Penelitian, Jakarta: Bumi Aksara, 2015

Bungin Buhan, penelitian kualitatif, Jakarta: Kencana, 2007

Mulyaningsih Maesa, Strategi Public Relations Dalam mensosialisasikan Busana

Muslim Modern”, Jakarta, 2014.

M. Setiadi Elly, Pengantar Sosiologi, Jakarta: Kencana, 2011

Pancarini Alresti, “ Strategi Publik Relations dalam Mempromosikan Brand Pada Produk Indohome PT. Telekomunikasi Indonesia, TBK Palembang, Palembang, 2016

Ruslan Rosady, Manajemen Public Relations & Media Komunikasi , Jakarta: Rajawali Pers, 2016

Sugiyono, Memahami Penelitian kualitatif, Bandung: Alfabeta, 2014

Tricahyani Helwa Septi, Peran Humas BKKBN Provinsi Sumatera Selatan Dalam

Mensosialisasikan Program Kependudukan Keluarga Berencana dan Pembangunan Keluarga Berbasis Keluarga, Palembang, 2016

B. Internet

[Http://www.dishubkominfo.sumselprov.go.id](http://www.dishubkominfo.sumselprov.go.id)

[Jdih.palembang.go.id](http://jdih.palembang.go.id)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Daftar riwayat hidup

(curriculum vitae)

Nama	: Muhammed Muslimin Akber	
Jenis kelamin	: Laki-Laki	
Agama	: Islam	
Tempat dan tanggal lahir	: Baturaja, 14 Maret 1995	
Kewarganegaraan	: Indonesia	
Alamat	: jln. Batah sepeda lorok muhajirin 8 rt 27 rw 08 no 1515 A	
No telp/hp	: 085279525050	

Pendidikan

SD Negeri 23 Palembang	(2002-2007)
SMP Negeri 45 Palembang	(2007-2010)
MA Negeri 1 Krai Lampung	(2010-2013)

Tercatat sebagai Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam dalam penyelesaian tugas akhir

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Saya yang bersangkutan


Muhammed Muslimin Akber

Nim 13510032

LAMPIRAN – LAMPIRAN



Bagian depan dari kantor Dinas Perhubungan Kota Palembang





Mensosialisasikan Perda No.16 Tahun 2011 kepada Juru Pakir tentang Tarif Pakir di Bawah Jembatan Ampera



Wawancara dengan sub bagian Dinas Perhubungan Kota Palembang

DAFTAR PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Muslimin Akbar
 NIM : 13510032
 Fakultas / Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Komunikasi Penyiaran Islam
 Judul Skripsi : strategi humas dishub dalam mensosialisasi tentang perda no 16 tahun 2011 kepada masyarakat kota Palembang (studi pada parkir liar ps mall)

No	Hal	Yang perbaikkan	Yang di perbaikkan
1		Cover	Penambahan judul
2	lii	Surat pernyataan	Tidak ada matriai n tanda tangan
3	Vii	Kata pengantar	Tidak ada tanggal n tanda tangan
4	8	Bab 1	1 spasi
5	9	Bab 1	1 spasi
6	10	Bab 1	1 spasi
7	18	Bab 2	1 spasi
8	19	Bab 2	1 spasi
9	20	Bab 2	1 spasi
10	35	Bab 3	Harus menyertakan sumber

Penguji II



Candra Darmawan, M.Hum
 NIP. 197306071998031004

DAFTAR PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Muslimin Akbar
NIM : 13510032
Fakultas / Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Skripsi : strategi humas dishub dalam mensosialisasi tentang perda no 16 tahun 2011 kepada masyarakat kota Palembang (studi pada parkir liar ps mall)

No	Hal	Yang perbaikan	Yang di perbaikan
1		Cover	Penambahan judul
2	iii	Surat pernyataan	Tidak ada matrial n tanda tangan
3	Vii	Kata pengantar	Tidak ada tanggal n tanda tangan
4	8	Bab 1	1 spasi
5	9	Bab 1	1 spasi
6	10	Bab 1	1 spasi
7	18	Bab 2	1 spasi
8	19	Bab 2	1 spasi
9	20	Bab 2	1 spasi
10	35	Bab 3	Harus menyertakan sumber

Penguji I

Fifi Hasnawati
 4/12/18
 ee 7
 bungsu

Dr. Fifi Hasnawati, SE, Msi
NIP. 197007241992032001

PERMOHONAN PENJILIDAN SKRIPSI

Palembang, 11 Desember 2018.

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 : Muhammad Muslimin Akbar
NIM : 13510032
Fakultas / Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / KPI
Judul Skripsi : Strategi Humas Dishub dalam mensosialisasi tentang perda no 16 tahun 2011 tentang retribusi jasa umum kepada masyarakat kota Palembang (studi pada parkir liar ps mall)

Telah diperbaiki sesuai saran tim penguji oleh sebab itu disetujui untuk dijilid. Demikian atas kerjasamanya saya sampaikan terimah kasih,
Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Penguji I








Dr. Fifi Hasmawati, SE, Msi
NIP. 197007241992032001

Penguji II

Candra Darmawan, M.Hum
NIP.197306071998031004







LEMBAR KONSULTASI

Nama : Muhammad Muslimin Akbar
 Nim : 13510032
 Fakultas / Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Komunikasi Penyiaran Islam
 Judul Skripsi : Strategi Humas Dinas Perhubungan Kota Palembang dalam
 mensosialisasikan tentang Perda Nomor 16 tahun 2011 kepada
 masyarakat Kota Palembang
 Pembimbing I : Dr. Hamidah, M. Ag

No	Tanggal	Hal Yang Dikonsultasikan	Paraf
	08-1-2028	Proposal + Bab 1.	
	24-1-2028	Perbaikan Bab 1	
	07-2-2028	ACC Bab 1	
	28-2-2028	Perbaikan Bab II	
	05-3-2028	ACC Bab II	
	09-4-2028	Perbaikan Bab III + IV	
	02-7-2028	ACC Bab III + IV	


LEMBAR KONSULTASI

Nama : Muhammad Muslimin Akbar
 Nim : 13510032
 Fakultas / Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Komunikasi Penyiaran Islam
 Judul Skripsi : Strategi Humas Dinas Perhubungan Kota Palembang dalam
 mensosialisasikan tentang Perda Nomor 16 tahun 2011 kepada
 masyarakat Kota Palembang
 Pembimbing II : M. Aji Isnaini, MA.

No	Tanggal	Hal Yang Dikonsultasikan	Paraf
	10-1-2018	proposisi + Bab I.	
	20-2-2018	pendahuluan Bab I.	
	2/3-2018	Ace bab. I & ke bab II.	
	30/2-2018	Teori yg di gunakan Lampiran Bab III & IV	
	2/6-2018	Menyempatkan ke Bab III & IV	
	28/7-2018	Dari bab IV → ke bab V ke bab V di atas tentang peraturan kelengkapan Kotanya	

LEMBAR KONSULTASI

Nama : Muhammad Muslimin Akbar
 Nim : 13510032
 Fakultas / Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Komunikasi Penyiaran Islam
 Judul Skripsi : Strategi Humas Dinas Perhubungan Kota Palembang dalam
 mensosialisasikan tentang Perda Nomor 16 tahun 2011 kepada
 masyarakat Kota Palembang
 Pembimbing II : M. Aji Isnaini, MA.

No	Tanggal	Hal Yang Diskonsultasikan	Peraf
	3/8 - 2018.	Ace dan fup & Ajink Kampehant - bab 1 & 2 Ace - Conjat ka pemb. I.	

PERUBAHAN PEMBIMBING SKRIPSI

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG
NOMOR 185 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 | <ol style="list-style-type: none"> 1. Bahwa untuk mengikuti 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 dikabulkan Surat Keputusan Dekan (SKD) tersendiri Dosen yang ditunjuk dan tercantum dalam SKD ini memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas tersebut |
| Mengingat | <ol style="list-style-type: none"> 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. 33 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

MEMENETAPKAN

Pertama	Menunjuk adr	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dr. Hamidah, M. Ag 2. Mohd. Aji Imami, MA 	<table border="0"> <tr> <td>NIP</td> <td>:</td> <td>196610011991022001</td> </tr> <tr> <td>NIP</td> <td>:</td> <td>197004172003121001</td> </tr> </table>	NIP	:	196610011991022001	NIP	:	197004172003121001
NIP	:	196610011991022001							
NIP	:	197004172003121001							

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

Nama	MUHAMMAD MUSLIMIN AKBAR
NIM/Jurusan	13510032 / Komunikasi Penyiaran Islam
Semester/Tahun	GENAP / 2017 - 2018
Judul Skripsi	Strategi Humas Dishub dalam mensosialisasikan Tarif Parkir kepada Masyarakat Kota Palembang (Studi pada Parkir Liar di PS Mall)

Kedua	Berdasarkan masa studi tanggal 21 bulan November 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 21 - 11 - 2017


 DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
 KUSNADI

TEMBUSAN

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



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, 21 Maret 2018.

Nomor : 070 / 403 / BAN.KBP / 2018
 Sifat : -
 Lampiran : -
 Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth,
 Kepala Dinas Perhubungan Kota Palembang.

di-
 Palembang

Memperhatikan Surat Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang Nomor : B.220/Uin.09/V.J.PP.00.9/03/2018 Tanggal 14 Maret 2018 perihal tersebut diatas, dengan ini dibentahukan kepada saudara bahwa :

No.	Nama	NIM	Judul
1.	Muhammad Muslimin Akbar	135190032	Strategi Humas Dinas Perhubungan Dalam Mersosialisasikan Tentang Perda No.16 Tahun 2011 Kepada Masyarakat Kota Palembang (Studi Pada Parkir Liar di PS Mall)

Untuk melakukan Pengambilan Data secara langsung.

Lama Pengambilan Data : 21 Maret 2018 s/d 21 Juli 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 penundang-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 dibantu seperunya.

s.n. KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN
 POLITIK KOTA PALEMBANG
 SEKRETARIS



Tembusan :

1. Dekan fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam negeri (UIN) Raden fatah Palembang.
2. Ybs



PEMERINTAH KOTA PALEMBANG
DINAS PERHUBUNGAN

Jalan Pangeran Sido ing Lautan 35 Ilir Palembang, Provinsi Sumatera Selatan
 Telepon : (0711) 441175 Faksimile : (0711) 442547 Kode Pos 30146
 E-mail : dishub_palembang@yahoo.co.id, Website : www.dishub.palembang

Palembang, 02 Mei 2018

Nomor : 070/010510/1
 Sifat : Biasa
 Lampiran : -
 Hal : Izin Penelitian

Kepada
 Yth. Kepala Badan Kesatuan Bangsa
 dan Politik Kota Palembang
 di -

PALEMBANG


Sehubungan dengan surat Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Palembang Nomor : 070/403/BAN.KBP/2018 tanggal 21 Maret 2018 perihal Permohonan Izin Penelitian, dengan ini diberitahukan bahwa :

No	Nama	NIM	Judul
1	Muhammad Muslimin Akbar	135190032	Strategi Humas Dinas Perhubungan Dalam Mensosialisasikan Tentang Perda No. 16 Tahun 2011 Kepada Masyarakat Kota Palembang (Studi Pada Parkir Liar di PS Mall)

Diperkenankan untuk melaksanakan penelitian/pengambilan data pada Dinas Perhubungan Kota Palembang, namun segala sesuatu dalam pelaksanaannya menjadi tanggung jawab mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n KEPALA DINAS PERHUBUNGAN
 KOTA PALEMBANG
 SEKRETARIS



AGUS SUPRIYANTO, ATD, MM
 Pembina Tingkat I
 NIP. 196908011992031006

Tembusan

1. Walikota Palembang (Sebagai Laporan)
2. Kepala UPTD/Terminal/Dermaga Gajah Kota Pkg
3. Arsip



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Nomor : B. 220 /Un.09/V.1/PP.00.5/00/2018
Lampiran : -
Hal : : Mohon Izin Penelitian
An. Muhammad Muslimin Akbar

14 Maret 2018

Kepada Yth.
Kepala Dinas Pertumbuhan Kota Palembang
Jl. Pangeran Sido Jng Lautan, 35 Ilir,
Palembang

Assalamu 'alaitikum Wa' Wa'

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

Nama : Muhammad Muslimin Akbar
Sem / Tahun : X / 2017-2018
NIM / Jurusan : 151700052 / Komunikasi dan Penyiaran Islam
Alamat : Jl. Badar Sepeda, Muhajirin 8, No. 1515A, Rt/Rw. 27/08,
Palembang.
Judul : *Straegi Humas Ditubuh Dalam Memsosialisasikan
Tentang Perda No. 16 Tahun 2011 Kepada Masyarakat
Kota Palembang (Studi Pada Parkir Liar di PS Mall)*

Sehubungan dengan itu kami mengharapkan bantuan Bapak untuk dapat memberikan izin kepada mahasiswa tersebut untuk melaksanakan penelitian di lingkup wilayah kerja Bapak sehingga memperoleh bahan bahan yang diperlukan.

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

Dekan,

Dekan, MA
NIP. 197108192000031002