BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi yang baik dapat dilihat dari tercapainya maksud dan tujuan yang sesuai dengan apa yang diharapkan dari komunikasi tersebut. Berkaca kembali dari pentingnya komunikasi di sebuah perusahaan, maka diperlukan divisi khusus yang mengelola ukur komunikasi dan informasi antara perusahaan dengan publik baik internal maupun publik eksternal. Dengan ini unit *Public Relations*yang berkaitan dengan informasi, reputasi atau yang biasa orang sebut representasi dari perusahaan akan sangat membantu perusahaan dalam berurusan dengan publiknya.

Dalam sebuah perusahaan dibutuhkan seorang *Public Relations* untuk membentuk citra positif dan mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan. *Public Relations* menurut Ardianto, (2011:10) suatu usaha sadar memotivasi terutama melalui komunikasi agar orang-orang terpengaruh, timbul pikiran-pikiran sehat terhadap organisasi, memberi rasa hormat, mendukung dan memberi kesadaran dengan berbagai cobaan dan masalah.

Penyelenggaraan pelayanan publik merupakan upaya negara untuk memenuhi kebutuhan dasar dan hak-hak sipil setiap warga negara atas barang, jasa, dan pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Di Indonesia, Undang-Undang Dasar 1945 mengamanatkan kepada negara agar memenuhi kebutuhan dasar setiap warganya demi kesejahteraannya, sehingga efektivitas suatu sistem pemerintahan sangat ditentukan oleh baik buruknya penyelenggaraan pelayanan publik.

Pemerintahan yang efektif, efisien, transparan, akuntabel, dan bertanggung jawab. Efektif artinya penyelenggaraan tepat sasaran sesuai dengan perencanaan strategis yang ditetapkan, efisien artinya penyelenggaraan dilakukan secara hemat berdaya guna dan berhasil guna, transparan artinya segala kebijakan yang dilakukan oleh penyelenggara negara itu adalah terbuka, semua orang melakukan dapat pengawasan secara langsung sehingga mereka dapat memberikan penilaian kinerjanya terhadap hasil yang dicapai, akuntabel artinya penyelenggara pemerintah bertanggung jawab terhadap kebijakan

yang ditetapkan, serta mempertanggung jawabkan kinerjanya kepada seluruh warga negara pada setiap akhir tahun penyelenggaraan pemerintahan.

Saat ini dengan berkembangnya ilmu kehumasan, dapat kita lihat bersama tumbuh kembangnya suatu organisasi tergantung bagaimana sistem kerja *Public Relations* pada organisasi tersebut, karena untuk mencapai suatu citra baik, memerlukan banyak sekali yang mantap. Strategi yang mantap itu merupakan rencana yang cermat untuk mencapai sasaran khusus, yang mana dalam strategi itu sendiri terdapat langkah-langkah mampu atau tidaknya suatu organisasi menghadapi tekanan yang muncul dari dalam dan luar organisasi.

Sedangkan *Government Public Relations* atau hubungan masyarakat pemerintahan merupakan salah satu institusi yang berada di dalam ranah birokrasi. *goverment public relations* adalah segenap tindakan yang dilakukan oleh suatu instansi atau perusahaan dalam usaha membina hubungan yang harmonis dengan khalayak internal dan eksternal dan membina martabat instansi atau pemerintahan dalam pandangan khalayak internal dan eksternal. Di lingkungan pemerintahan hubungan masyarakat juga mempunyai peran yang sangat penting dalam membangun citra positif dan mengelol aatau menyebarluaskan informasi seperti memantau berita (monitoring) mengenai kebijakan pemerintah maupun pemberitaan yang ada di dalam media massa.

Seorang *Public Relations* memegang peran penting dalam Dinas sosial pemberdayaan masyarakat dan desa untuk menjalin hubungan dengan publiknya khususnya publik eksternal atau internal antara masyarakat dan *goverment public relations*.Dalam berkomunikasi, Dinas sosial pemberdayaan masyarakat dan desa Jepara mengetahui beberapa hal yang harus selalu diingat, diperhatikan, dan dilakukan dalam kegiatannya.

Kegiatan *Public Relations* dilakukan dengan menggunakan komunikasi interpersonal atau komunikasi publik dengan penggunaan komunikasi publisitas, khususnya *face to face* yang dirasa lebih efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan atau informasi untuk menghasilkan *win-win solution* dalam segala aspek yang berhubungan dengan masyarakat. Mendata atau mencatat setiap warga yang kurang mampu lalu mengkoordinasikan atau membantu (membentuk) suatu *team* sehingga peraturan dan tindakan yang dilaksanakan tidak saling bertentangan dan sejalan guna

membantu setiap warga (keberadaan masyarakat yang di bawah garis kemiskinan) agar lebih sejahtera dan tentram di dalam lingkungan masyarakat.

Kegiatan yang membangun masyarakat terkait erat dengan memberdayakan masyarakat. memberdayakan masyarakat bertujuan memerangi kemiskinan,kesenjangan, dan mendorong masyarakat menjadilebih aktif serta penuh inisiatif. Pemberdayaan masyarakat sendiri merupakan upaya untuk memandirikan masyarakat melalui perwujudan potensi kemampuan yang mereka miliki. Salah satu pengembangan potensi manusia dapat diwujudkan melalui kegiatan pendidikan berbasis kemasyarakatan. Kegiatan ini menekankan pentingnya memahami kebutuhan masyarakat dan cara pemecahan permasalahan oleh masyarakat dengan memperhatikan potensi yang ada di lingkungannya.

Public Relations di lingkungan Dinas sosial pemberdayaan masyarakat dan desa, seorang *Public Relations* wajib mengikuti setiap atau semua kegiatan sosial yang di adakan di dinas sosial pemberdayaan masyarakat dan desa seperti mencatat, mendokumentasikan hasil kerja lapangan serta mengevaluasi hasilnya untuk menjadikan masukan dan ide-ide kreatif. *Public Relations* di lingkungan Dinas sosial pemberdayaan masyarakat dan desa juga sebagai seseorang yang memonitoring, karena dari memonitoring seorang *Public Relations* mampu mengetahui perkembangan pelayanan yang efisien di lingkungan masyarakat. Tetapi sebagian penduduknya masih banyak yang belum paham tentang apa Dinas sosial pemberdayaan masyarakat dan desa ini karena dinas sosial pemberdayaan masyarakat dan desa ini mulai bergabung selama 3 tahun yang dulunya bapermasdes dan dinas sosial itu terpisah.

Di dalam lingkungan Dinas sosial pemberdayaan masyarakat dan desa pun terdapat berbagai divisi guna untuk memudahkan dalam melakukan pelayanan kepada masyarakat. Diantaranya ada beberapa divisi di lingkungan Dinas sosial pemberdayaan masyarakat dan desa yaitu Bidang Sosial, Bidang Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (PEM), Bidang Penguatan Lembaga Masyarakat dan Desa (PLMD).

Dalam lingkungan Dinas sosial pemberdayaan masyarakat dan desa pun menggunakan komunikasi interpersonal (komunikasi publik) contohnya seperti komunikasi *face to face* yang lebih efektif dan efisien dalam penyampaian pesan atau informasi yang mengarah pada *win-win solution* dari segala aspek yang berhubungan dengan pelayanan publik ke masyarakat.

Dengan demikian *Public Relations* di dalam pemerintahan di dinas sosial pemberdayaan masyarakat dan desa dapat di simpulkan menjadi pemberi informasi kepada masyarakat sekaligus penghubung antara pemerintah dan masyarakat. *Public Relations* Dinas sosial pemberdayaan masyarakat dan desa memiliki Website *Klikdesaku.com* dan *jepara.go.id* untuk membuat suatu pelayanan yang memudahkan masyarakat khususnya warga Jepara untuk mengetahui aktivitas dan rencana Dinas sosial pemberdayaan masyarakat dan desa di Jepara kedepannya seperti apa.

Dari Latar belakang diatas, membuat peneliti merasa tertarik melakukan penelitian dengan judul **"STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DINAS SOSIAL PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DAN DESA JEPARA MELALUI PELAYANAN PUBLIK"**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan permasalahan di atas, maka peneliti membuat fokus penelitian sebagai berikut : "Bagaimana Strategi *Public Relations* di Dinas sosial pemberdayaan masyarakat dan desa Jepara melalui pelayanan publik di periode januari 2020"

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Strategi *Public Relations* di Dinas sosial pemberdayaan masyarakat dan desa Jepara.
2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi pelayanan publik di Dinas sosial pemberdayaan masyarakat dan desa Jepara.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu kegunaan Teoritis dan kegunaan praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan dan dapat memberikan referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai Strategi *Public Relations* di Dinas sosial pemberdayaan masyarakat dan desa Jepara melalui pelayanan publik.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Penelitian ini dapat mengaplikasikan ilmu komunikasi yang diperoleh selama perkuliahan, sehingga penulis dapat membandingkan antara teori dan praktek yang terjadi di pemerintahan.

b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan serta pemahaman bagi penulis maupun masyarakat tentang Dinas Sosial Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Jepara.

c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Dinas Sosial Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Jepara untuk lebih mempublikasikan pelayanannya ke lingkungan masyarakat agar lebih dikenal dan di pahami oleh masyarakat.

1.5 Sismatika Penulisan

Secara garis besar, seminar proposal ini terdiri dari 3 bab, yaitu sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini merupakan uraian yang menjelaskan mengapa masalah ini menarik untuk diteliti, yang terdiri dari Latar Belakang, Fokus Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjabarkan tinjauan pustaka yang digunakan sebagai dasar penelitian, disajikan tentang teori-teori yang relevan, Definisi Konsep dan Kerangka Pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian ini berisi tentang desain penelitian, jenis data sumber data yang digunakan dalam penelitian, unit analisis, key informan dan informan, instrument, keabsahan data dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab hasil penelitian ini memaparkan hasil penelitian dalam bentuk tulisan, tabel atau gambar.

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab pembahasan ini memuat penjelasan atau penafsiran hasil penelitian, analisis, data serta pembanding dengan hasil penelitian terdahulu baik yang pro maupun yang kontra.

BAB VI PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan dan saran.