

Strategi Humas dan Protokol Pemerintah Daerah Bengkulu Tengah dalam Menyampaikan Informasi kepada Masyarakat

Dete Konggoro

Institut Agama Islam Negeri Curup
dete@iaincurup.ac.id

Femalia Valentine

Institut Agama Islam Negeri Curup
femaliavelentina@iaincurup.ac.id

Destriani

Institut Agama Islam Negeri Curup
Destriani200@gmail.com

Abstract

Writing related to Strategy, Public Relations and Protocol, conveys information to the people of Bengkulu Tengah, as a young district but isolated from technological advances, it reviews the strategies used by public relations and protocols in Bengkulu Tengah in providing satisfaction and comfort for the people of Central Bengkulu. Writing methods and techniques used in compiling the Field Work Practice (PKL) report, the subject of this research is T. Ikchwan. SY. As Head of Sub Division of Public Relations and Protocol of Central Bengkulu Regency. Collecting data in this study using observation, interview, and documentation techniques. Data qualitatively . based on the exposure of the research results are: socialization, using mass media both print and electronic, using Whats:App Grub. In functionality to convey information to the public.

Key Words: *Strategy, Public Relations and Protocol, Information.*

Abstrak

Tulisan ini membahas keterkaitan Strategi, Humas dan Protokol, menyampaikan Informasi kepada masyarakat Bengkulu Tengah, sebagai kabupaten muda namun terisolir dari kemajuan teknologi maka Didalamnya mengulas tentang strategi yang digunakan humas dan protokol Bengkulu Tengah dalam memberikan kepuasan dan kenyamanan kepada masyarakat Bengkulu Tengah. Metode dan Teknik penulisan yang digunakan dalam menyusun laporan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) subjek penelitian ini adalah T. Ikchwan. SY. Sebagai Kepala Sub Bagian Humas dan Protokol Kabupaten Bengkulu Tengah. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dokumentasi. Data dianalisis secara kualitatif . berdasarkan paparan dari hasil penelitian adalah: sosialisasi, menggunakan media massa baik cetak maupun elektronik, menggunakan WhatsApp Grub. Dalam menjalankan fungsinya guna menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Kata Kunci: Strategi, Humas dan Protokol, Informasi.

Pendahuluan

Hubungan Masyarakat sangat penting karena mampu menjembatani antara publik dengan organisasi atau lembaga tertentu, sehingga akan tercipta saling pengertian dan akan menimbulkan hubungan yang baik dan kepercayaan dari publik terhadap organisasi atau lembaga tersebut, selain itu mengingat ruang lingkup Humas sangat luas dan berhubungan dengan beragam karakter maupun sifat, sehingga di era globalisasi ini Humas sangat dibutuhkan dan mempunyai peran yang sangat penting oleh perusahaan, organisasi maupun instansi kegiatan-kegiatan yang dilakukan seseorang Humas bertujuan untuk menyelaraskan sebuah perusahaan organisasi maupun instansi.

Hubungan Masyarakat (HUMAS) atau *Public Relation* adalah suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara berkesinambungan untuk menciptakan saling pengertian antara sebuah lembaga instansi dengan masyarakat, maka dari itu Humas merupakan sebuah seni sekaligus ilmu sosial dalam menganalisa kecenderungan, memberikan pengarahannya kepada pimpinan institusi/lembaga dan melaksanakan program-program terencana yang dapat memenuhi kepentingan baik institusi maupun lembaga tersebut maupun masyarakat yang terkait. Begitu juga di Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah memiliki bagian Humas yaitu Humas dan Protokol, dimana tugas dan wewenangnya adalah melaksanakan pembinaan Hubungan Masyarakat guna memperjelas kebijakan Pemerintah Daerah serta tugas keprotokolan, dengan begitu bagian Humas dan Protokol dituntut berperan aktif didalam membangun hubungan kemasyarakatan didalam penyampaian informasi. Sebagaimana hasil dari penelusuran yang telah peneliti lakukan, diketahui bahwa Kabupaten Bengkulu Tengah termasuk kedalam Kabupaten muda. Kabupaten Bengkulu Tengah termasuk yang sulit untuk di jangkau oleh teknologi, jaringan internet hal ini menyebabkan Humas atau *Public Relation* memiliki tanggung jawab besar dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat di Kabupaten Bengkulu Tengah. Dengan tingkat Pendidikan yang tidak merata, perbedaan pada struktur ekonomi,, perbedaan suku dan agama. Maka, sangat penting adanya strategi dalam memudahkan kinerja HUMAS atau *public relation*.

Strategi sangatlah penting didalam kinerja Humas yang langsung bersentuhan dengan masyarakat, disamping untuk memberikan kepuasan dan kenyamanan kepada masyarakat, strategi juga mempermudah Humas didalam menjalankan fungsinya. Hal inilah yang membuat bagian Humas dan Protokol Pemerintah Daerah Bengkulu Tengah membuat strategi untuk membina hubungan yang baik serta penyampaian informasi kepada masyarakat sehingga masyarakat dapat menerima dengan baik program-program serta peraturan Daerah yang dibuat oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah yang dilaksanakan secara langsung ataupun pemberian informasi lewat media cetak maupun elektronik, dengan begitu pihak Humas dan Protokol Kabupaten Bengkulu Tengah harus menjaga hubungan baik dengan pihak media massa dan hal itu juga menjadi bagian dari strategi komunikasi bagian Humas dan Protokol Pemerintah Daerah Bengkulu Tengah dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Hasil Dan Pembahasan

Humas dan Protokol Pemda Bengkulu Tengah

Hubungan Masyarakat adalah fungsi manajemen yang khas yang mendukung dan memelihara jalur bersama bagi komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerja sama antara organisasi dengan khalayaknya, melibatkan manajemen dalam permasalahan atau persoalan, membantu manajemen memperoleh penerangan mengenai dan tanggapan terhadap opini publik, menetapkan dan menegakkan tanggung jawab manajemen dalam melayani umum, menopang manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif dalam penerapannya sebagai sistem peringatan secara dini guna membantu mengantisipasi kecenderungan, dan menggunakan penelitian serta teknik-teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai kegiatan utama.

Public Relations menurut Philip Kotler dalam bukunya Manajemen Pemasaran *Public Relations* adalah berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan dan atau menjaga citra perusahaan atau instansi.¹

Edward L. Bernays dalam bukunya *Public relations*, mengatakan bahwa *public Relations* mempunyai tiga arti yaitu (1)penerangan masyarakat, (2)persuasi untuk merubah sikap dan tingkah laku masyarakat, (3)usaha untuk men integrasikan sikap perbuatan masyarakat dan sebaliknya.²

Ciri-ciri Humas

Berfungsi tidaknya Humas dalam sebuah organisasi dapat diketahui dari ada tidaknya kegiatan yang menunjukkan ciri-cirinya. Untuk memperoleh kejelasan mengenai ciri-ciri Humas yang pokok yakni³ :

1. Humas adalah kegiatan komunikasi dalam satu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik (*two way traffic reciprocal communication*). ini berarti pada jalur pertama penyebaran informasi dan pada jalur kedua penyampaian tanggapan.
2. Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi. Untuk mencapai tujuan dalam teori manajemen, disebutkan bahwa prosesnya berlangsung melalui tahaptahap yang terkenal dengan POAC, sebagai singkatan dari *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *Actuating* (Penggiatan), *Controlling* (Pengawasan). Dan unsur-unsur yang terlibat dalam proses yang bertahap secara berkesinambungan itu ialah apa yang dikenal dengan rumus Six M sebagai

¹ Maskur Hasan, "Pengaruh Public Relation Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Kartu Simpati Pada PT. Telkomsel Cabang Parepare," (*Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan* 7, no. 2 (2019): 6.

² Gabriel Gifson Hasugian, Yani Hendrayani, and Lusia Handayani, "Strategi Humas Siber Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi Publik 4.0 Di Badan Kepegawaian Negara," (*Jurnal Pustaka Komunikasi* 3, no. 2 (2020): 172, <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/1050>.

³ Heppy Atma Pratiwi, "Peranan Humas Dalam Membentuk Citra Positif Perguruan Tinggi," (*Deiksis* 3, no. 1 (2011): 57–58.

singkatan dari *Men* (Manusia), *Materials* (Bahan), *Machines* (Mesin), *Methods* (Metode), *Money* (biaya), dan *Market* (Pasar).

3. Humas yang menjadi sasaran kegiatan adalah publik ekstern dan intern. Publik di dalam organisasi antara lain para karyawan dimana mereka diarahkan dan dikerahkan kepada pencapaian tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi, dimana perilaku individual setiap karyawan dibina sehingga sesuai, selaras, dan serasi dengan perilaku organisasional. Cara menggiatkannya dengan komunikasi, bukan dengan cara-cara lain di luar bidang komunikasi. Demikian pula kegiatan yang ditujukan kepada publik eksternal.
4. Operasionalisasi Humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik dan mencegah terjadinya rintangan psikologi, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun dari pihak publik. Istilah harmonis yang menjadi sifat hubungan yang harus dibina Humas mengandung makna yang luas, yakni sikap menyenangkan (*favorabl*), itikad baik (*goodwil*), toleransi (*tolerance*), saling pengertian (*mutual understanding*), saling mempercayai (*mutual confidence*), saling menghargai (*mutual appreciatio*), dan citra baik (*good image*).

Sedangkan menurut Philip Kotler ciri-ciri Humas pertama Kredibilitas yang tinggi. Kedua, Berita dan gambar lebih otentik dan dapat dipercaya oleh pembaca dibandingkan dengan iklan. Ketiga. Kemampuan menangkap pembeli yang tidak terduga. Keempat, Hubungan masyarakat dapat menjangkau banyak pembeli yang cenderung menghindari wiraniaga dan iklan. Pesan oleh pembeli yang lebih sebagai berita, bukan sebagai komunikasi bertujuan penjualan. Kelima, Dramatisasi. Seperti halnya periklanan, humas memiliki kemampuan untuk mendramatisasi suatu perusahaan atau produk.

Fungsi Humas

Mengenai konsep fungsional humas, Scott M Cutlip dan Allen Center dalam bukunya, *Effective Public Relations*, memberikan penjelasan sebagai berikut :

1. Memudahkan dan menjamin arus opini yang bersifat mewakili dari publik-publik organisasi, sehingga kebijakan beserta operasionalisasi organisasi dapat dipelihara keserasiannya dengan ragam kebutuhan dan pandangan publik-publik tersebut.
2. Menasehati manajemen mengenai jalan dan cara menyusun kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi untuk dapat diterima secara maksimal oleh publik.
3. Merencanakan dan melaksanakan program-program yang dapat menimbulkan penafsiran yang menyenangkan terhadap kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi.

Manfaat Humas

Menurut Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations* manfaat dari public relations adalah sebagai berikut :

1. Menciptakan dan memelihara citra yang baik dan dapat tepat atas organisasinya di dalam kaitannya dengan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

2. Membantu pendapat umum mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan citra, kegiatan organisasi maupun kepentingan organisasi dan menyampaikan suatu informasi secara langsung kepada manajemen perusahaan.
3. Memberi nasehat dan masukan kepada manajemen perusahaan mengenai berbagai masalah komunikasi yang sedang terjadi dan sekaligus mengenai cara penanganannya.
4. Menyediakan berbagai jasa informasi kepada publik, mengenai kebijakan perusahaan, produk, jasa personil selengkap mungkin untuk menciptakan suatu pengetahuan yang maksimal dan mencapai pengertian publik.

Berdasarkan manfaat Humas tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa fungsi dan tujuan utama Humas adalah mengamankan perusahaan demi tercapainya citra ditengah-tengah berbagai publik, dalam kedudukan mereka non bisnis, bukan dalam kedudukan sebagai calon pembeli.

Jenis-jenis pelayanan dasar humas

Dalam rangka menggalakkan fungsi humas di perusahaan, Charles H. Prout dalam karyanya, berjudul "*Organization and Function of the Corporate Public Relations Departement*", yang dimuat dalam buku *Lesly 's Public Relations Handbook*, mengatakan adanya empat jenis pelayanan dasar yang harus dipraktekkan, yakni⁴ : Pertama, Nasihat (*advise and counse*), nasihat perlu diberikan oleh Humas mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan kehumasan, baik kepada manajemen perusahaan maupun kepada manajemen biro atau bagian lain. Oleh karena Humas itu merupakan fungsi staff, maka nasihat yang disampaikan kepada manajer perusahaan tidak menyangkut kebijaksanaan dan keputusan perusahaan yang mendasar, melainkan hal-hal yang berkaitan dengan operasionalisasi ketika suatu masalah dijumpai. Kedua, Pelayanan komunikasi (*communication service*). Pelayanan komunikasi memang merupakan tugas Humas. Yang dikomunikasikan ialah informasi mengenai perusahaan dan segala kegiatannya kepada berbagai publik yang berkepentingan melalui media yang tepat. Kegiatan komunikasi ke luar tidak hanya terbatas pada pengirim *news release* ke media massa, tetapi juga yang mengandung motif melalui *booklet*, periklanan, atau dalam bentuk pidato. Singkatnya, kegiatan yang merupakan upaya membuat publik tahu dengan berbagai cara yang pantas dalam situasi individual. Ketiga, Pengkajian Humas (*public relations research*). Jika pelayanan komunikasi merupakan penyebaran informasi dari dalam ke luar, pengkajian humas atau *public relations research* merupakan komunikasi dari luar ke dalam. Dengan lain perkataan, penelaahan terhadap opini publik yang berpengaruh kepada perusahaan. Hal ini bukan saja yang menyangkut peristiwa-peristiwa dalam bentuk tekanan-tekanan yang bersifat sosio-politik (*socio-political pressure*), tetapi juga undang-undang dan peraturan-peraturan pemerintah yang berkaitan dengan dan berpengaruh kepada perusahaan. Keempat, Promosi Humas (*public relations promotion*). Dalam perusahaan

⁴ Marhaban, "Aktivitas Biro Humas Dan Protokoler Kabupaten Gayo Lues" (Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, 2020), 16–18.

kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh Humas amat menunjang upaya pencapaian tujuan, tentunya dalam peningkatan produksi, yang pada gilirannya berupa keuntungan finansial. Pada kegiatan inilah para kahumas diuji kemampuannya, terutama kreativitas dalam mengembangkan *goodwill* publik kepada perusahaan. Pada aspek Humas inilah akan dapat diketahui sejauh mana derajat penguasaan kehumasan yang dimiliki para pengelolanya, sebab jenis-jenis publik yang menjadi sasarannya, misalnya para pelanggan, pemegang saham, komunitas atau masyarakat sekitar, media massa, dan lain-lain, memerlukan teknik-teknik khusus untuk menghadapinya.

Pengertian Strategi Komunikasi Humas

Humas bukan sekedar menjual senyum, propaganda dengan tujuan memperoleh kemenangan sendiri. Lebih dari itu, Humas mengandalkan strategi, yakni agar perusahaan disukai dan dipercaya oleh pihak-pihak yang berhubungan, disebut target publik agar mereka semua dapat membentuk opini didalam masyarakat dan dapat mengangkat Citra perusahaan. Maka dari itu Humas merupakan suatu fungsi manajemen yang melakukan komunikasi untuk menimbulkan pemahaman dan penerimaan dari Humas dilakukan untuk tujuan strategis, yaitu untuk membaca rintangan yang muneul dari luar serta dapat mengatasinya agar sasaran perusahaan dapat tercapai.

Humas memberikan sumbangan yang sangat besar bagi perusahaan dengan mengembangkan hubungan-hubungan harmonis dengan sasaran publiknya. Pearce dan Robinson mengembangkan langkah-langkah strategi komunikasi Humas sebagai berikut⁵ :

1. Menentukan misi perusahaan. Termasuk didalamnya dalam pernyataan yang umum mengenai maksud pendirian, filosofi dan sasaran perusahaan.
2. Mengembangkan profil perusahaan (*company profile*) yang mencerminkan kondisi internal perusahaan dan kemampuan perusahaan yang dimilikinya.
3. Penilaian terhadap lingkungan eksternal perusahaan, baik dari segi semangat kompetitif maupun secara umum.
4. Identifikasi atas pilihan yang di kehendaki yang tidak dapat digenapi untuk memenuhi tuntutan misi perusahaan.
5. Pemilihan strategi atas objektifjangka panjang dan garis besar strategi yang dibutuhkan untuk mencapai objektif tersebut.
6. Mengembangkan objektif tahunan dan rencana jangka pendek yang selaras dengan objektifjangka panjang dan garis besar objektif.
7. Implementasi atas hal-hal di atas dengan menggunakan sumber tercantum pada anggaran dan menyatukan rencana tersebut dengan sumber daya manusia, struktur, teknologi, dan sistem balas jasa yang memungkinkan.

⁵ Affuddin Harisah, *Filsafat Pendidikan Islam Prinsip Dan Dasar Pengembangan* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 122.

8. *Review* dan evaluasi atas hal-hal yang telah dicapai dalam setiap periode jangka pendek sebagai suatu proses untuk melakukan kontrol dan sebagai masukan bagi pengambilan keputusan dimasa yang akan datang.

Protokol

Dalam pengertian luas protokoler adalah seluruh hal yang mengatur pelaksanaan suatu kegiatan baik dalam kedinasan kantor maupun masyarakat. Protokoler artinya orang-orang yang mengatur norma aplikasi suatu program. Mereka pula yg mengarah orang yg akan menjadi pewara. Bila galat pada memilih pewara, maka berarti kegagalan aplikasi suatu acara. seorang pewara, dipilih menggunakan mempertimbangkan berbagai hal. tidak benar Jika menjadi pewara mampu dilakukan oleh setiap orang, tanpa mempertimbangkan syarat apapun (ini diklaim pewara amatiran), karena ini artinya wujud berbahasa estetik⁶.Masalah protokoler ditujukan pada keberhasilan pelaksanaan suatu kegiatan dan pada hal-hal yang mengatur seluruh manusia yang terlibat dalam pelaksanaan suatu kegiatan. Suatu kegiatan apapun pada dasarnya merupakan pelaksanaan dari hasil kerja tahapan-tahapan sebelumnya. Tahapan-tahapan tersebut diperlukan untuk menunjang suksesnya puncak acara.

Persyaratan untuk menjadi protokoler yaitu :

1. Mempunyai pengetahuan dan pengalaman yang luas terutama dalam hubungan antar manusia.
2. Bermental kuat dan berkpribadian tangguh.
3. Tampil dan cekatan menguasai situasi.
4. Mampu mengambil keputusan dengan cepat tetapi cermat.
5. Sangat peka terhadap permasalahan yang timbul.
6. Sangat memahami perasaan orang lain.
7. Sederhana dan sopan serta hormat pada setiap orang.
8. Pandai membawa diri dan selalu mawas diri.
9. Rendah hati tetapi tidak rendah diri.
10. Penampilan menarik, pandai berbusana sesuai dengan suasana.
11. Berbahasa dengan tekanan dan suara yang baik.

Adapun yang mengatur kegiatan protokol adalah pejabat protokol yang berkompenten dalam menyelenggarakan keprotokolan dan seseorang yang memiliki tugas dan fungsi yang berkaitan dengan keprotokolan.

Jenis-jenis kegiatan Protokol.

Jenis-jenis kegiatan keprotokolan dapat meliputi : Jenis kegiatan yang bersifat umum, dapat pula berlaku di tingkat Universitas / Perguruan Tinggi / Kedinasan instansi, antara lain yang berbentuk :

⁶ Ermawati Arief, "Performance Pembawa Acara Yang Profesional," *Jurnal Pendidikan Bahasa, Sastra, Dan Seni* 10, no. 1 (2012): 11, <https://doi.org/10.24036/komposisi.v10i1.51>.

1. Upacara pelantikan dan serah terima jabatan.
2. Upacara penandatanganan naskah kerjasama.
3. Upacara sumpah pegawai.
4. Upacara peresmian / pembukaan gedung baru.
5. Peresmian pembukaan seminar.

Jenis kegiatan yang bersifat Universitas / Perguruan Tinggi :

1. Upacara wisuda Sarjana.
2. Upacara pengukuhan guru besar.
3. Upacara promosi Doktor.

Melaksanakan pembinaan hubungan kemasyarakatan guna memperjelas kebijakan pemerintah daerah serta tugas keprotokolan. Berikut rinciannya:

- a. Pengumpulan bahan penyusunan pedoman dan petunjuk teknis dan pelaksanaan hubungan masyarakat.
- b. Penyebar luas informasi kegiatan-kegiatan Pemerintah Daerah melalui media massa baik cetak maupun elektronik.
- c. Penyelenggaraan Hubungan Masyarakat antara Pemerintah Daerah dengan masyarakat umum dan kemasyarakatan untuk memperjelas kebijakan dan kegiatan Pemerintah Daerah.
- d. Penyelenggaraan inventarisasi dan dokumentasi serta distribusi bahan-bahan penerbitan.
- e. Penyelenggaraan urusan sandi dan telekomunikasi.
- f. Penyelenggaraan protokoler pimpinan Pemerintah Daerah.
- g. Pelaksanaan kunjungan kerja bersama Bupati ke daerah-daerah untuk memperoleh masukan dari bawah.
- h. Sebagai juru bicara Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkulu tengah

Bagian Humas dan Protokol Kabupaten Bengkulu Tengah adalah bagian dari SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah) yang menjembatani hubungan Pemerintah Daerah dengan masyarakat termasuk juga didalam hal pemberian informasi kepada masyarakat Bengkulu Tengah didalam ruang lingkup Sekretariat Daerah maupun ke seluruh lapisan masyarakat Bengkulu Tengah, dan hal itu tentu tidak terlepas dari pentingnya penggunaan cara guna kelancaran dan keefisien informasi yang di berikan yang bersifat internal maupun eksternal.

Disamping itu, Humas dan Protokol Pemda Bengkulu Tengah didalam mengerjakan tugasnya mempunyai mekanisme, datangnya suatu undangan ataupun suatu perintah Dinas dari Bupati, atau Wakil Bupati, Sekretaris Daerah Bengkulu Tengah, lebih dahulu disampaikan ke bagian umum Sekretariat Daerah Bengkulu Tengah selanjutnya akan di proses secara manual, setelah itu akan di agendakan dan diberi nomor surat dan akan diteruskan kepada bagian Humas dan Protokol selanjutnya di proses oleh pihak Humas dan Protokol di lanjutkan oleh Kepala Bagian Humas dan Protokol mendisposisikan ke Kasubbag Humas dan Protokol selanjutnya Kasubbag mengatur perencanaan dan juga mengatur waktunya. Selanjutnya pihak Humas dan Protokol

berkoordinasi pihak Protokol serta pihak-pihak yang terkait lainnya untuk melaksanakan penyampaian informasi kepada pihak-pihak yang dituju.

Setelah itu, dilaksanakan pemberian informasi bisa melalui surat dinas, sosialisasi ataupun pesan melalui WHATSAPP Group khusus penggunaan pesan singkat biasanya jika informasi tersebut bersifat umum dan harus cepat disampaikan dan ditindak lanjuti oleh pihak penerima pesan strategi ini biasanya dilaksanakan oleh pihak sandi dan telekomunikasi, yang berisikan informasi yang cepat. Contohnya, diberitahukan kepada seluruh SKPD, Camat, Lurah, dan seluruh staff atau karyawan Sekretariat Kabupaten Bengkulu Tengah untuk dapat menghadiri apel gabungan pada tanggal 15 Agustus 2013 di halaman kantor Bupati Bengkulu Tengah pada pukul 08.00 Wib, dengan memakai pakaian batik besurek.

Adapun informasi yang berupa sosialisasi pihak Humas Pemerintah Daerah juga menggandeng pihak media masa baik cetak maupun elektronik seperti koran Rakyat Bengkulu dan Rakyat Bengkulu Televisi. Penyampaian strategi informasi seperti ini dirasa cukup efektif menjangkau masyarakat yang ada di daerah pedalaman dengan kota lain. Jangkauan informasi ini cukup luas menjangkau sasaran dan diharapkan juga sosialisasi melalui media menambah wawasan masyarakat juga memperkenalkan Kabupaten Bengkulu Tengah seperti halnya tentang informasi bahwa Bengkulu Tengah ditujukan sebagai tuan rumah pencanangan Desa Sadar Hukum oleh Kemenkumham Republik Indonesia.

Kemudian setelah semua perencanaan diatas telah siap dilaksanakan, pihak Humas berkoordinasi dengan bagian Protokol untuk melaksanakan urusan keprotokolan administrasi maupun perjalanan dinas, penyambutan tamu baik tamu negara maupun daerah, tamu dalam negeri, tamu perwakilan negara sahabat serta persiapan pengawalan, MC, juga mengatur persiapan tata tempat dan tata ruang. Dalam pelaksanaan kegiatan bagian keprotokolan selalu berkoordinasi dengan pihak lain terutama bagian Humas dan pihak yang terkait hingga suksesnya puncak acara.

Strategi Komunikasi Humas dan Protokol

Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan⁷. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikianlah pula strategi komunikasi merupakan paduan dan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa

⁷ Selvian L. Lengkong, Mariam Sondakh, and j W. Londa, "Strategi Public Relation Dalam Pemilihan Citra Perusahaan (Studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Megamas Manado)," *Jurnal Acta Diurna* VI, no. 1 (2017): 1.

pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi⁸.

Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif. Dengan demikian, strategi komunikasi, baik secara makro (*planned multi-media strategi*) maupun secara (*single communication medium strategi*) mempunyai fungsi ganda⁹:

1. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil maksimal.
2. menjembatani "*cultural gap*" akibat kemudahan diperolehnya dan kegunaan operasionalnya media massa yang begitu ampuh yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.

Seperti halnya dengan strategi dalam bidang apapun, strategi komunikasi harus didukung oleh teori karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya.

Perumusan Strategi

Dalam perumusan strategi khalayak memiliki kekuatan penangkal yang bersifat psikologi dan sosial bagi setiap pengaruh yang berasal dari luar diri dan kelompoknya. Disamping itu, khalayak tidak hanya dirangsang oleh hanya satu pesan saja melainkan banyak pesan dalam waktu yang bersamaan. Artinya terdapat juga kekuatan pengaruh dari pesan-pesan lain yang datang dari sumber (komunikator) lain dalam waktu yang sama, maupun sebelum dan sesudahnya. Dengan demikian pesan yang diharapkan menimbulkan efek atau perubahan pada khalayak bukanlah satu-satunya "kekuatan", melainkan hanya satu diantara semua kekuatan pengaruh yang bekerja dalam proses komunikasi, untuk mencapai efektivitas. Jadi efek tidak lain dari paduan sejumlah kekuatan yang bekerja dalam keseluruhan proses komunikasi. Justru itu, maka pesan sebagai satu-satunya yang memiliki oleh komunikator harus mampu mengumpulkan semua kekuatan yang ada untuk menciptakan efektivitas. Kekuatan pesan ini, dapat didukung Oleh metoda penyajian, media dan kekuatan kepribadian komunikator sendiri.

Suatu perencanaan yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan atau suatu rencana yang mengarah di suatu perubahan yg sudah dipengaruhi. Salu menyebutkan bahwa seni manajemen ialah seni memakai kecakapan dan sumber daya suatu organisasi buat mencapai sasarannya melalui hubungan yg efektif dengan lingkungan pada kondisi yang paling menguntungkan.¹⁰

⁸ H. Sofyan Hadi, "Manajemen Strategi Dakwah Di Era Kontemporer," *Jurnal Al-Hikmah* 17, no. 1 (2019): 70, <https://doi.org/10.35719/alhikmah.v17i1.8>.

⁹ Saleha Rodiah and M Pawit Yusup, "Strategi Komunikasi Dalam Pengembangan Desa Agro Wisata Di Kabupaten Pangandaran," *Jurnal Signal* 6, no. 2 (2018): 4, <https://doi.org/10.33603/signal.v6i2.1321>.

¹⁰ Wahyuning Chumaeson, "Strategi Komunikasi Politik Gkr Ayu Koes Indriyah Anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD RI) Dapil Jawa Tengah Priode 2014-2019 Terhadap Konstituennya Di Provinsi Jawa Tengah," *Jurnal Ekonomi, Sosial, Dan Humaniora* 03, no. 01 (2021): 11.

Strategi organisasi

1. Menerapkan momajenal yang efektif dan efisien dan dapat di pertanggungjawabkan.
2. Membuat sistem kompetensi dan pengembangan karir pegawai yang sehat dan jelas.
3. Menciptakan standar operasional kerja yang tepat dan transparan.
4. Menerapkan demokratis dalam setiap pengambilan keputusan pelaksanaan kegiatan .
5. Meningkatkan motivasi kerja aparatur.
6. Membantu lingkungan kerja yang aman , nyaman , dan kondusif.

Tujuan

1. Terlaksananya perumusan kebijakan kehumasan dan keprotokolan yang jelas.
2. Tersusunnya schedule (jadwal kegiatan) yang jelas dari program dan kegiatan bagian Humas dan Protokol.
3. Terlaksananya tugas Humas di bidang publikasi keprotokolan dan dokumentasi yang handal.
4. Terlaksananya pembinaan dan pengendalian penyelenggaraan tugas Humas di bidang publikasi keprotokolan dan dokumentasi.
5. Terlaksananya evaluasi dan pelaporan kinerja bagian Humas Protokol.
6. Terciptanya SDM aparatur yang cekatan dan menguasai bidangnya masing-masing.

Bagian Humas dan Protokol

Melaksanakan pembinaan hubungan kemasyarakatan guna memperjelas kebijakan pemerintah daerah serta tugas keprotokolan. Pertama, Pengumpulan bahan penyusunan pedoman dan petunjuk teknis dan pelaksanaan hubungan masyarakat. Kedua, Penyebar luas informasi kegiatan-kegiatan Pemerintah Daerah melalui media massa baik cetak maupun elektronik. Ketiga, Penyelenggaraan Hubungan Masyarakat antara Pemerintah Daerah dengan masyarakat umum dan kemasyarakatan untuk memperjelas kebijakan dan kegiatan Pemerintah Daerah. Keempat, Penyelenggaraan inventarisasi dan dokumentasi serta distribusi bahan-bahan penerbitan. Kelima, Penyelenggaraan urusan sandi dan telekomunikasi. Keenam, Penyelenggaraan protokoler pimpinan Pemerintah Daerah. Ketujuh, Pelaksanaan kunjungan kerja bersama Bupati ke daerah-daerah untuk memperoleh masukan dari bawah. Kedelapan, Sebagai juru bicara Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkulu tengah

Bagian Sub Pemberitaan dan Dokumentasi

Mengumpulkan informasi dan melaksanakan pemberitaan baik melalui media cetak maupun elektronik guna memperjelas kebijakan pimpinan dan kegiatan Pemerintah Daerah serta melaksanakan inventarisasi menganalisa informasi untuk

bahan kebijakan pimpinan. Pertama, Perencanaan dan penyebar luas informasi kegiatan-kegiatan Pemerintah Daerah melalui media massa baik media cetak maupun elektronik. Kedua, Pengumpulan bahan penyusunan pedoman dan peraturan teknis pembinaan dan pelaksanaan Hubungan Masyarakat. Ketiga, Pembuatan Kliping dari surat kabar dan mengolah bahan visualisasi. Keempat, Persiapan bahan-bahan dalam rangka peliputan berita penerbitan berkala. Kelima, Penyajian, pendistribusian pemeliharaan dan pendokumentasian hasil-hasil fotografi Pemerintah Daerah. Keenam, Pendokumentasian hasil kegiatan pembangunan Pemerintah dan kemasyarakatan dalam Kabupaten Bengkulu Tengah. Ketujuh, Pengawasan pelancaran hubungan pesawat radio telekomunikasi dan saluran-saluran telekomunikasi di lingkungan sekretariat daerah Kabupaten Bengkulu Tengah. Kedelapan, Pelaksanaan kerahasiaan berita-berita yang diterima. Kesembilan Pembuatan surat penting rahasia atas perintah atasan.

Bagian Sub Sandi Dan Telekomunikasi

Melaksanakan urusan penerimaan dan pengiriman sandi dan telekomunikasi serta pengamanan terhadap informasi sandi dan telekomunikasi. Seperti: Pelaksanaan urusan penerimaan dan pengiriman sandi dan telekomunikasi, Pembinaan dan pemeliharaan sandi dan telekomunikasi, Pengamanan terhadap informasi sandi dan telekomunikasi.

Bagian Protokol

Melaksanakan urusan keprotokolan serta administrasi perjalanan dinas. Yakni :Persiapan penyambutan tamu, baik tamu negara maupun daerah, tamu dalam negeri , tamu perwakilan negara sahabat serta berkoordinasi dengan unit kerja lain sehubungan dengan kegiatan tersebut. Persiapan pengawalan tamu yang berkunjung serta memberikan bantuan keprotokolan pada instansi yang memerlukan. Perencanaan perjalanan dinas / kunjungan kerja Bupati dan Pejabat Iain yang ditunjuk. Persiapan personil MC tertib acara dan pengaturan tata tempat bersama dengan unit kerja Iain yang ada hubungan kerja.

Jadi dalam merumuskan strategi komunikasi, selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga terutama memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak. Itulah sebabnya maka langkah pertama yang diperlukan adalah mengenal khalayak dan sasaran. Kemudian berdasarkan pengenalan dan komunikator yang dipilih, sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada. Hal ini dimaksudkan selain agar kekuatan penangkal yang dimiliki khalayak dapat "dijinakkan", juga untuk mengalahkan kekuatan pengaruh dari pesan-pesan lain yang berasal dari sumber (komunikator) lain. Cara ini merupakan persuasi dalam arti yang sesungguhnya.

Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan)

dari satu pihak kepada pihak lain¹¹. Suatu penyampaian informasi dari satu orang keorang lain diperlukan komunikasi. dari kamus bahasa Indonesia komunikasi merupakan pengiriman serta penerimaan pesan atau info antara dua orang atau lebih, sehingga pesan dimaksud dapat dipahami. Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi nonverbal. Kemudian dalam komunikasi dapat menggunakan teknologi atau penyampaian informasi melalui teknologi.

Informasi Teknologi adalah sebuah informasi dimana penyampaiannya menggunakan sebuah kecanggihan teknologi Seperti Informasi melalui sebuah pesawat televisi, HP, dan masih banyak lagi. Dimana Informasi melalui teknologi ini adalah sebuah informasi yang sangat bisa berjalan sangat cepat untuk mencapai sebuah tujuan. karena dengan kecanggihan teknologi saat ini sebuah informasi bisa sampai hanya dengan hitungan detik saja.

Disamping melaksanakan sosialisasi melalui media massa. Media Massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audience yang luas heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas.¹²

Media Massa memberikan informasi tentang perubahan, bagaimana hal itu bekerja dan hasil yang dicapai atau yang akan dicapai. Fungsi utama media massa adalah untuk memberikan informasi pada kepentingan yang menyebarluas dan mengiklan produk. Ciri khas dari media massa yaitu tidak ditujukan pada kontak perseorangan, mudah didapatkan, isi merupakan hal umum dan merupakan komunikasi satu arah. Peran utama yang diharapkan dihubungkan dengan perubahan adalah sebagai pengetahuan pertama. Media massa merupakan jenis sumber informasi yang disenangi oleh petani pada tahap kesadaran dan minat dalam proses adopsi inovasi.¹³

Pihak Humas dan Protokol juga terjun ke lokasi. Hal itu tentu strategi komunikasi sehingga motivasi masyarakat tentang pentingnya menjunjung hukum karena Bengkulu Tengah sendiri adalah bagian yang tidak terpisahkan dan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Negara yang sangat menjunjung tinggi tegaknya supremasi hukum.

Disini penulis melihat strategi komunikasi Humas Pemerintah Daerah Bengkulu

¹¹ Muhammad Akhyar Hasibuan, "Komunikasi Sirkular (Circular Theory)," *Jurnal Network Media* 2, no. 1 (2019): 49.

¹² Dedi Kusuma Habibie, "Dwi Fungsi Media Massa," *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 2 (2018): 79, <https://doi.org/10.14710/interaksi.7.2.79-86>.

¹³ Ida Fariastuti, "Media Massa Sebagai Penggerak Tumbuhnya Sikap Bela Negara Dikalangan Generasi Muda," *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 16, no. 1 (2017): 122, <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i1.7>.

Tengah selalu membina hubungan baik dengan pihak media massa yang ada di Provinsi Bengkulu. Hal itu terbukti dengan selalu dilibatkannya pihak media terutama koran RB dan RB TV di dalam, hampir semua kegiatan Humas dan Protokol Pemerintah Daerah. Dengan demikian, informasi-informasi seputar kegiatan Pemerintah Daerah Bengkulu Tengah dengan cepat sampai ke semua kalangan masyarakat tidak hanya masyarakat Bengkulu Tengah akan tetapi Kota dan Kabupaten tetangga Iainnya. Dengan begitu diharapkan oleh pihak Humas Pemerintah Daerah dapat meningkatkan transparansi informasi dan kepercayaan masyarakat semua dan Bengkulu Tengah khususnya. Sehingga strategi komunikasi tersebut dapat membuat Citra yang baik.

Disisi lain kendala yang di hadapi di dalam pensosialisasian suatu agenda kerja di masyarakat mungkin hampir sama dengan daerah Iain diantaranya adalah masyarakat Bengkulu Tengah juga terdiri dari beberapa suku yaitu Rejang Lembak, Jawa, Serawai dan Iainnya. Disini strategi yang digunakan didalam penyampaian informasi oleh Pemerintah Daerah juga dengan menggandeng peran Tokoh Masyarakat untuk membantu penyampaian informasi sehingga diharapkan informasi tersebut dapat dimengerti. Dan juga menghindari kesalahpahaman sekecil apapun yang dapat menimbulkan gesekan-gesekan di kalangan masyarakat yang heterogen.

Hal itu bagian dari fungsi Humas di Bengkulu Tengah sebagai satuan perangkat kerja yang menjembatani Hubungan Masyarakat dengan Pemerintah Daerah baik internal maupun eksternal.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan ditemukan masih adanya perbedaan masyarakat Bengkulu Tengah yang tinggal di daerah pedesaan masih kurang peduli akan peraturan Pemerintah Daerah Yang disampaikan melalui sosialisasi ketimbang menghadiri sosialisasi yang ditujukan untuk memberi informasi kepada masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan, masyarakat lebih tetap mencari ekonomi. Hal inilah yang menjadi perbedaan masyarakat kota dan masyarakat pedesaan. Disini penulis sedikit memberikan pemecahan masalah tentang kurangnya kesadaran masyarakat untuk menghadiri sosialisasi. Terkadang cara yang digunakan sedikit keliru dicontohkan mengadakan sosialisasi di hotel atau aula di anggap kurang efektif menarik peserta datang, akan lebih efektif jika sosialisasi di lakukan dengan datang ke desa-desa serta memberikan reward kepada Kepala Desa yang desa nya mendapatkan penilaian baik dari segi sosialisasi yang dilaksanakan Humas. Memberikan transport kepada masyarakat yang sadar pentingnya sosialisasi, hal itu bisa dilakukan pada tahap awal pemberian sosialisasis selanjutnya hal itu tidak perlu dilakukan lagi ketika kesadaran masyarakat sudah tinggi. Dengan demikian diharapkan strategi pemberian informasi oleh Humas dan Protokol berjalan dengan baik.

Pelaksanaan strategi komunikasi Humas Pemerintah Daerah Bengkulu Tengah telah sesuai dengan teori strategi komunikasi itu sendiri dari tahapan perencanaan (*planning*), serta manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan selalu mengkondisikan dengan situasi serta kondisi dilapangan; Dengan demikian paduan-paduan diatas selalu beriringan didalam unit kerja bagian Humas dan Protokol Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah.

Penutup

Strategi komunikasi bagian humas dan protokol kabupaten bengkulu tengah dalam memperbaiki informasi telah dilaksanakan dengan baik, dan menjalankan tiga (3) strategi komunikasi yaitu :

1. Sosialisasi, dengan menggandeng tokoh masyarakat untuk memberikan penjelasan tentang peraturan daerah (PERDA) yang berlaku di kabupaten bengkulu tengah.
2. Melalui media massa baik cetak maupun elektronik, untuk memberikan informasi kepada masyarakat yang berada di wilayah terpencil dan jauh dari pusat pemerintah bengkulu tengah.
3. Menggunakan WhatsApp Group, untuk memberikan informasi yang bersifat dadakan baik pembatalan maupun percepatan suatu agenda kerja sosialisasi maupun kunjungan pejabat.

Daftar Pustaka

- Akhyar Hasibuan, Muhammad. "Komunikasi Sirkular (Circular Theory)." *Jurnal Network Media* 2, no. 1 (2019): 1–18.
- Arief, Ermawati. "Performance Pembawa Acara Yang Profesional." *Jurnal Pendidikan Bahasa, Sastra, Dan Seni* 10, no. 1 (2012). <https://doi.org/10.24036/komposisi.v10i1.51>.
- Chumaeson, Wahyuning. "Strategi Komunikasi Politik Gkr Ayu Koes Indriyah Anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD RI) Dapil Jawa Tengah Priode 2014-2019 Terhadap Konstituennya Di Provinsi Jawa Tengah." *Jurnal Ekonomi, Sosial, Dan Humaniora* 03, no. 01 (2021): 10–17.
- Fariastuti, Ida. "Media Massa Sebagai Penggerak Tumbuhnya Sikap Bela Negara Dikalangan Generasi Muda." *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 16, no. 1 (2017): 113. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i1.7>.
- Habibie, Dedi Kusuma. "Dwi Fungsi Media Massa." *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 2 (2018): 79. <https://doi.org/10.14710/interaksi.7.2.79-86>.
- Hadi, H. Sofyan. "Manajemen Strategi Dakwah Di Era Kontemporer." *Jurnal Al-Hikmah* 17, no. 1 (2019): 79–90. <https://doi.org/10.35719/alhikmah.v17i1.8>.
- Harisah, Affuddin. *Filsafat Pendidikan Islam Prinsip Dan Dasar Pengembangan*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Hasan, Maskur. "Pengaruh Public Relation Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Kartu Simpati Pada PT. Telkomsel Cabang Parepare." *Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan* 7, no. 2 (2019): 1–19.

- Hasugian, Gabriel Gifson, Yani Hendrayani, and Lusia Handayani. "Strategi Humas Siber Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi Publik 4.0 Di Badan Kepegawaian Negara." *Jurnal Pustaka Komunikasi* 3, no. 2 (2020): 167–78. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/1050>.
- L. Lengkong, Selvian, Mariam Sondakh, and j W. Londa. "Strategi Public Relation Dalam Pemilihan Citra Perusahaan (Studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Megamas Manado)." *Jurnal Acta Diurna* VI, no. 1 (2017).
- Marhaban. "Aktivitas Biro Humas Dan Protokoler Kabupaten Gayo Lues." Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, 2020.
- Pratiwi, Heppy Atma. "Peranan Humas Dalam Membentuk Citra Positif Perguruan Tinggi." *Deiksis* 3, no. 1 (2011): 50–62.
- Rodiah, Saleha, and M Pawit Yusup. "Strategi Komunikasi Dalam Pengembangan Desa Agro Wisata Di Kabupaten Pangandaran." *Jurnal Signal* 6, no. 2 (2018): 1–13. <https://doi.org/10.33603/signal.v6i2.1321>.