

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hubungan masyarakat atau yang akrab dikenal dengan kata Humas, mempunyai peran penting dalam membuka ruang bagi publik untuk mendapatkan akses informasi publik secara terbuka dan transparan. Terlebih, di era keterbukaan informasi publik, ketika masyarakat semakin bersikap kritis dan haus akan informasi, humas pemerintah dituntut untuk berani memberikan informasi yang jelas, akurat, dan terkini, tanpa ada yang ditutup-tutupi, dengan cara-cara yang baik dan benar sehingga dapat diterima oleh masyarakat. Kegagalan humas pemerintah dapat berakibat fatal, yakni terganggunya stabilitas kehidupan masyarakat. tidak diterimanya kebijakan pemerintah di tengah masyarakat merupakan salah satu akibat dari kurang berfungsinya humas.

Era keterbukaan informasi publik dapat dijadikan sebagai momentum bagi Humas pemerintah untuk menjalankan fungsi dan tugasnya dalam memberikan informasi, penerangan, dan pendidikan kepada masyarakat tentang kebijakan, aktivitas, dan langkah-langkah pemerintah secara terbuka, transparan, jujur dan objektif. Informasi yang disampaikan kepada masyarakat termasuk media, bila tidak akurat, cepat, dan mudah, dapat menyebabkan kebijakan pemerintah dianggap tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat, tidak informatif, dan tidak

membumi. Sehingga Pemerintah berkewajiban untuk menyampaikan informasi publik yang dibutuhkan oleh masyarakat, sejalan dengan pengembangan demokratisasi dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

Kondisi di lapangan menunjukkan, saat reformasi mendorong perubahan sosial dalam masyarakat Indonesia ke arah penyelenggaraan birokrasi (pemerintah maupun swasta) yang transparan dan akuntabel serta pelayanan publik yang baik, maka dorongan-dorongan tersebut memberi peluang kepada humas di Indonesia untuk berkembang lebih cepat, dengan memperbaiki paradigma lama serta mengembangkan ranah-ranah kajian baru sehingga perannya dirasakan oleh masyarakat luas.

Otonomi daerah adalah hasil dari era reformasi dan demokratisasi yang memberikan kewenangan dan peluang yang sangat luas bagi daerah untuk melaksanakan program dan kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan daerah dalam rangka mewujudkan kesejahteraan masyarakat. pelayanan yang diberikan pemerintah kepada rakyat terus mengalami pembaruan sejalan dengan tuntutan masyarakat dan perubahan di dalam pemerintahan itu sendiri.

Dorongan perubahan sosial itu sekaligus mendorong memperbaiki paradigma lamanya tentang reputasi manajemen. Selain bahwa reputasi manajemen bukanlah sesuatu yang berdiri sendiri, bahkan tak berarti sama sekali tanpa konstruksi sosial citra *public relations*, paradigma ini pun telah lama dikritik sebagai paradigma yang membingungkan dan multitafsir. Salah satu persoalannya karena reputasi manajemen seakan berjalan sendiri tanpa dibantu dengan paradigma lain yang

saling mendukung. Padahal membangun paradigma konstruksi sosial citra *public relations* bukan sekedar mengkritisi reputasi manajemen, namun lebih dari itu, konstruksi sosial membantu *public relations* secara luas sehingga dapat menjalankan fungsinya sebagaimana diharapkan.¹

Dalam setiap organisasi diperlukan adanya publik untuk mengetahui sejauh mana organisasi itu berkembang. Sebagai lembaga pemerintah, instansi-instansi pemerintah memerlukan dukungan masyarakat untuk mendukung kebijakan yang dibuat, selain itu dukungan itu diperlukan untuk mensukseskan program pemerintah karena tanpa dukungan maka penilaian orang tentang tindakan pemerintah dapat merugikan pemerintah.

Kabupaten Serang adalah salah satu kabupaten di Provinsi Banten yang merupakan salah satu Kabupaten yang memegang peranan penting dalam pembangunan Provinsi Banten. kondisi masyarakat yang homogen, tentu memerlukan peran pemerintah yang proaktif dalam membina masyarakat ke arah yang lebih produktif. Bagian Kominfo Pemerintah Kabupaten Serang sebagai sarana Informasi bagi publik memiliki peran penting dalam mengelola informasi publik sebagai penghubung masyarakat dengan pemerintah daerah. Praktik-praktik Humas dalam masyarakat demokrasi haruslah melayani informasi yang akurat dan berjalan secara dua arah, sehingga pemerintah dapat bergandengan tangan dengan masyarakat dalam membuat kebijakan publik.

¹ Morissan, *Manajemen Public Relations, Strategi Menjadi Humas Profesional*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008), p. Xv-xvi.

Humas pemerintah memiliki dua tugas yaitu: pertama, menyebarkan informasi secara teratur mengenai kebijaksanaan, perencanaan dan hasil yang telah dicapai; Kedua, menerangkan dan mendidik publik mengenai perundang-undangan dan hal-hal yang bersangkutan dengan kehidupan rakyat sehari-hari. selain itu adalah tugasnya pula menasehati pimpinan departemen dalam hubungannya dengan reaksi atau tanggapan publik terhadap kebijaksanaan yang dijalankan.²

Permasalahan yang kerap kali timbul antara masyarakat dan pemerintahan adalah kurangnya sosialisasi pemerintah kepada masyarakat tentang kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah daerah. Sehingga mengakibatkan kurangnya wawasan informasi masyarakat terhadap kebijakan yang dibuat. Dalam hal ini sangat penting untuk mengetahui strategi dalam mengelola informasi pemerintahan sebagai sarana publik dalam manajemen konflik.

Dengan luas wilayah dan populasi kependudukan yang cukup padat, mengharuskan sistem informasi Pemerintah lebih memperhatikan perannya sebagai penghubung informasi publik agar kedua belah pihak mampu berkontribusi dengan baik dalam pembangunan daerah, demi terciptanya keselarasan antara masyarakat dan pemerintah dalam mengakomodir kebijakan yang dibuat dan terealisasinya UU KIP (Keterbukaan Informasi Publik). Mengingat tidak sedikit dari masyarakat kita yang belum mengetahui secara intens mengenai peran Bagian Kominfo dalam pemerintahan Kabupaten Serang,

² Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2002), p.37.

hal ini juga menjadi tugas Pemkab Serang dalam mensosialisasikan kepada masyarakat setempat.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi diiringi dengan pengukuhan UU KIP harusnya menjadi “kekuatan” dan “pegangan” kehumasan di Pemerintahan dalam mengoptimalkan fungsinya. Tak lagi sebatas alat propoganda atau penyedia informasi. Humas pemerintah idealnya telah menjadi agen demokrasi dalam menjalankan model komunikasi dua arah.

Informasi adalah hasil olahan data yang memberikan makna dan arti yang bermanfaat sebagai bentuk peningkatan kepastian dalam sebuah kelompok sosial. Sehingga komunikasi yang dimaksud adalah suatu pertukaran fakta, pandangan, dan gagasan terkait kebijakan-kebijakan yang ada di pemerintahan untuk mencapai saling pengertian, menumbuhkan keharmonisan dan kerjasama yang baik dengan publik, dan guna mengembangkan citra positif pemerintah.

Dengan menyadari dan mengetahui pentingnya posisi kehumasan instansi Pemerintahan dalam menjalankan perannya sebagai agen demokrasi yang menjaga stabilitas citra pemerintah. Maka penelitian ini ditujukan untuk mengetahui Strategi Informasi Komunikasi Bagian Kominfo Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Serang dalam mengelola informasi publik.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana Strategi Informasi Komunikasi Bagian Kominfo di Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Serang?
2. Bagaimana Peran Bagian Kominfo Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Serang?
3. Apa saja Faktor Pendukung dan Penghambat Bagian Kominfo Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Serang?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Strategi Informasi Komunikasi Bagian Kominfo di Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Serang.
2. Untuk mengetahui Peran Bagian Kominfo Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Serang.
3. Untuk mengetahui apa saja Faktor Pendukung dan Penghambat Bagian Kominfo Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Serang.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritik

Memperkaya kajian bidang Ilmu Komunikasi, khususnya Humas Pemerintah dalam mengolah informasi Publik. Penelitian ini juga berguna sebagai tinjauan pustaka bagi penelitian bidang komunikasi selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan wacana, masukan, dan evaluasi bagi Bagian Kominfo Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Serang secara khusus, dalam upaya mempublikasikan perannya sebagai sarana informasi publik kepada Masyarakat Kabupaten Serang.

E. Kajian Pustaka

Untuk mendukung penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa rujukan dari hasil penelitian lain mengenai komunikasi khususnya *public relations* yang berkaitan dengan strategi informasi kehumasan atau penelitian lain dengan tema yang relevan. Penelitian lain yang menjadi rujukan bagi peneliti adalah sebagai bahan perbandingan sehingga dapat dibedakan. Dalam penyusunan penelitian ini ada beberapa karya yang penulis gunakan sebagai acuan diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Haryanti Yuliani (2016), mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Dakwah dan Adab Institut Agama Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten, yang diberi judul "*Kinerja Humas dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan*

Provinsi Banten.” penelitian tersebut ingin mengetahui sejauh mana kinerja Humas dalam menjalankan tugas dan perannya sebagai Biro Humas dan Protokol yang mampu meningkatkan citra positif bagi pemerintah Provinsi Banten.³

penelitian ini memiliki kesamaan dalam hal objek penelitian yakni pada study kasus bidang kehumasan pemerintah. Sedangkan pada prakteknya ingin mengetahui strategi informasi komunikasi instansi pemerintah dalam mengelola layanan informasi publik. Perbedaannya terletak pada subjek dan objek penelitian dimana peneliti menggunakan Bagian Kominfo Pemkab Serang, dalam mengelola strategi informasi komunikasi kehumasan sebagai sarana pembangunan informasi publik.

2. penelitian yang dilakukan oleh Dedy Riyadin Saputro (2009), mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang diberi judul “*Aktivitas Humas Dalam Menjalankan Media Relations (Studi Deskriptif pada Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta.*” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan menggambarkan dengan jelas aktivitas *media relations* yang dijalankan oleh humas Pemerintah Kota Yogyakarta serta mengetahui kendala-kendala yang dihadapi humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam menjalankan *media relations*. Karena keberadaan Humas

³ Haryanti Yuliani, *Kinerja Humas dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Provinsi Banten*, (Skripsi, Program Sarjana, IAIN Sulltan Maulana Hasanudin Banten, 2016)

dan Informasi di Lingkungan Pemerintahan Kota Yogyakarta memberikan kontribusi yang positif dalam pembentukan opini masyarakat terhadap kebijakan-kebijakan yang di jalankan selama ini. Melalui media massa, arah dan kebijakan Pemerintah dapat tersalurkan dengan baik karena memiliki fungsi yang strategis dalam menyampaikan informasi.⁴

Persamaan dengan penelitian peneliti yaitu ingin mengetahui strategi informasi komunikasi kehumasan dalam instansi Pemerintah. Perbedaannya terletak pada subjek dan objek penelitian, kerangka teoritis yang dipakai untuk mendasari analisis penelitian.

F. Kerangka Pemikiran

1. Hubungan Masyarakat/ *Public Relations*

Public Relation (PR) adalah disiplin ilmu yang relatif baru yang ditandai dengan perdebatan tentang definisinya. Pada awal-awal tahun di abad ke-21 ini, kita masuk dalam suatu periode perubahan yang penting dan radikal, dengan munculnya digital media yang mengubah saluran komunikasi dan praktik jurnalisme. Hal ini sedang dan akan terus berlangsung hingga tentunya memberikan pengaruh besar pada bagaimana *Public Relation*/humas menjalankan fungsinya.⁵

⁴ Dedy Riyadin Saputro, *Aktifitas Humas dalam Menjalankan Media Relations*, (Skripsi, Program Sarjana, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2009)

⁵ Keith Butterick, *Public Relations Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), p. 4

Uraian diatas menjelaskan bahwasannya seiring berjalannya waktu definisi humas telah mengalami berbagai perubahan, yang pada mulanya humas dianggap sebagai kegiatan komunikasi persuasif satu arah, kini humas berperan aktif dalam meningkatkan komunikasi atau hubungan dua arah (*two-way communication*). Dimana pola komunikasi berjalan dengan interaktif dan memiliki kepentingan yang sama, yakni mendapatkan timbal balik dari kegiatan komunikasi tersebut.

Ada begitu banyak definisi humas yang telah dikembangkan oleh para praktisi humas dari berbagai negara di seluruh dunia, yang terhimpun dalam organisasi yang bernama "*The International Public Relations Association*" (IPRA). Merumuskan sebuah definisi dengan harapan dapat diterima dan di praktekkan bersama. Definisinya sebagai berikut:

Hubungan Masyarakat adalah fungsi manajemen dari sikap budi yang berencana dan bersinambungan, yang dengan itu organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga yang bersifat umum dan pribadi berupaya membina pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang ada kaitannya atau yang mungkin ada hubungannya dengan jalan menilai pendapat umum di antara mereka, untuk mengorelasikan, sedapat mungkin, kebijaksanaan dan tata cara mereka, yang dengan informasi yang berencana dan tersebar luas, mencapai kerjasama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien.⁶

⁶ Effendy, *Hubungan Masyarakat*, p. 21.

Dari definisi Humas yang telah diuraikan oleh IPRA diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa hubungan masyarakat (Humas) adalah suatu usaha penyampaian ide atau pesan kepada masyarakat. kemudian dari pengertian ini berkembang dan diperluas menjadi usaha-usaha atau kegiatan-kegiatan dari suatu badan atau organisasi untuk menciptakan dan menjaga hubungan-hubungan yang harmonis dan menguntungkan dengan golongan-golongan tertentu atau masyarakat guna mendapat dukungan dan penghargaan.

Hal-hal yang harus dilakukan sebagai praktisi humas, yakni sebagai berikut:

- 1) Humas memiliki kaitan erat dengan opini publik.

Pada satu sisi, praktisi humas berupaya untuk mempengaruhi publik agar memberikan opini yang positif bagi organisasi atau perusahaan, namun pada sisi lain humas harus berupaya mengumpulkan informasi dari khalayak, menginterpretasikan informasi itu dan melaporkannya kepada manajemen jika informasi itu memiliki pengaruh terhadap keputusan manajemen.

- 2) Humas memiliki kaitan erat dengan komunikasi.

Praktisi humas bertanggung jawab menjelaskan tindakan perusahaan kepada khalayak yang berkepentingan dengan organisasi atau perusahaan. Khalayak yang berkepentingan akan selalu tertarik dengan apa saja yang dilakukan perusahaan. Praktisis humas harus memberikan perhatian terhadap pikiran dan perasaan khalayak terhadap organisasi. Humas harus menjadi arus bolak-balik antara organisasi dan khalayaknya. Organisasi pada dasarnya berhubungan dengan berbagai macam khalayak.

3) Humas merupakan fungsi manajemen

Humas berfungsi membantu manajemen dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai serta menyesuaikan diri terhadap lingkungan yang berubah. Humas juga harus secara rutin memberikan saran kepada manajemen. Humas harus memiliki kegiatan yang terencana dengan baik. Bagian humas harus mampu mengorganisir dan mengarahkan dirinya untuk mencapai suatu tujuan tertentu.⁷

Secara garis besar, dapat disimpulkan bahwa humas mempunyai peran ganda, yaitu fungsi keluar berupa memberikan informasi atau pesan-pesan sesuai dengan tujuan dan kebijaksanaan instansi lembaga kepada masyarakat sebagai khalayak sasaran, sedangkan termasuk kedalam wajib menyerap reaksi, aspirasi, atau opini khalayak tersebut diserasikan demi kepentingan instansinya atau tujuan bersama.

Dengan begitu sistem organisasi yang bergerak pada fungsi luar organisasi dapat berjalan lurus dengan fungsi yang ada didalam organisasi tersebut. Sehingga dapat menjadi tolak ukur yang berkesinambungan antar kedua belah pihak.

2. Peran dan Strategi Humas / Public Relations

A. Peran Humas

Peran komunikasi didalam suatu aktivitas manajemen organisasi atau lembaga masa kini atau perusahaan besar biasanya diserahkan dan dilaksanakan oleh pihak

⁷ Morissan, *Manajemen Public Relations*, p. 7-8.

public relations atau humas. Dari peranan yang dilaksanakan tersebut, pejabat humas (*PRO Manager*) akan melakukan fungsi-fungsi manajemennya, secara garis besar aktivitas utamanya berperan sebagai berikut:

1. *Communicator*

Artinya kemampuan sebagai komunikator yang baik secara langsung maupun tidak langsung, media elektronik atau cetak dan lisan (*spoken person*) atau tatap muka dan sebagainya. Disamping itu juga bertindak sebagai mediator dan sekaligus persuador.

2. *Relationship*

Kemampuan peranan *public relations* atau humas membangun hubungan yang positif antara lembaga yang diwakilinya dengan publik internal dan eksternal. Juga berupaya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerjasama dan toleransi antara kedua belah pihak tersebut.

3. *Back up Management*

Melaksanakan dukungan manajemen atau menunjang kegiatan lain, seperti manajemen promosi, pemasaran, oprasional, personalia, dan sebagainya untuk mencapai tujuan pokok perusahaan atau organisasi.

4. *Good Image Maker*

Menciptakan citra atau publikasi yang positif merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas *public relations* dalam melaksanakan manajemen kehumasan membangun

citra atau nama baik lembaga atau organisasi dan produk yang diwakilinya.⁸

Praktisi humas pada organisasi pemerintah berfungsi untuk membantu menjelaskan kegiatan yang dilakukan organisasi bersangkutan kepada masyarakat dan sebaliknya menerima umpan balik yang diberikan masyarakat dan menyampaikan kepada pimpinan organisasi.

Keberhasilan humas pada suatu organisasi atau perusahaan pada dasarnya bergantung pada apa yang dilakukan atau dikatakan pimpinan organisasi atau perusahaan bersangkutan. Ketika pimpinan organisasi/perusahaan berbuat atau berbicara maka timbul interpretasi publik atas pesan yang disampaikan. Pesan tersebar luas karena adanya fungsi humas. Dengan demikian staf humas terikat dan tidak dapat keluar dari apa yang telah dikemukakan pimpinan organisasi atau perusahaan.

Dapat disimpulkan bahwa humas sebagai komunikator sekaligus mediator bagi publik memiliki tanggung jawab besar dalam membangun interaksi yang baik, sehingga dapat menciptakan hubungan timbal balik (*feed back*) yang baik pula. Kecakapan berinteraksi serta moral yang baik dapat menunjang keberhasilan komunikasi yang terjalin antar dua belah pihak.

B. Strategi Humas

⁸ Rosyadi Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2006), p. 27.

Ahmad A. Adnanputra, pakar humas dalam naskah workshop berjudul PR Strategy (1990), mengatakan bahwa arti strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana, sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan, yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen.⁹

Hal terpenting adalah bahwa strategi dipilih untuk mencapai suatu hasil tertentu sebagaimana dinyatakan dalam tujuan atau sasaran yang sudah ditetapkan. Menurut George L. Morrissey Proses perencanaan dan penetapan program humas mencakup langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menetapkan peran dan misi, yaitu menentukan sifat dan ruang lingkup tugas yang hendak dilaksanakan.
2. Menentukan wilayah sasaran, yaitu menentukan dimana praktisi humas harus mencurahkan waktu, tenaga, dan keahlian yang dimiliki.
3. Mengidentifikasi dan menentukan indikator efektivitas (*indicators of effectiveness*) dari setiap pekerjaan yang dilakukan. menentukan faktor-faktor terukur yang akan memengaruhi tujuan atau sasaran yang akan ditetapkan.
4. Memilih dan menentukan sasaran atau hasil yang ingin dicapai.
5. Mempersiapkan rencana tindakan yang terdiri dari langkah-langkah sebagai berikut:
 - a. *Programming* – menentukan urutan tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan.

⁹ Betty Wahyu Nilla Sari, *Humas Pemerintah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2016), p. 26

- b. Penjadwalan (*scheduling*) – menentukan waktu yang diperlukan untuk melaksanakan tindakan untuk mencapai tujuan atau sasaran
 - c. Anggaran (*budgeting*) – menentukan sumber-sumber yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan.
 - d. Pertanggung jawaban – menentukan siapa yang akan mengawasi pemenuhan tujuan, yaitu pihak yang menyatakan tujuan sudah tercapai atau belum.
 - e. Menguji dan merevisi rencana sementara (*tentative plan*) sebelum rencana tersebut dilaksanakan.
6. Membangun pengawasan, yaitu memastikan tujuan akan terpenuhi.
 7. Komunikasi – menentukan komunikasi organisasi yang diperlukan untuk mencapai pemahaman serta komitmen pada enam langkah sebelumnya.
 8. Pelaksanaan – memastikan persetujuan di antara semua pihak yang terlibat mengenai komitmen yang dibutuhkan untuk menjalankan upaya yang sudah ditentukan, pendekatan apa yang paling baik, siapa saja yang perlu dilibatkan, dan langkah atau tindakan apa yang segera dilakukan.¹⁰

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan jenis deskriptif.

Penelitian kualitatif atau riset kualitatif adalah riset yang menggunakan cara berpikir

¹⁰ Morissaon, *Manajemen Public Relations*, p. 154.

induktif, yaitu cara berpikir yang berangkat dari hal-hal yang khusus (fakta empiris) menuju hal-hal yang umum (tataran konsep).

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena dengan pengumpulan data yang sedalam-dalamnya. Riset ini tidak menggunakan besarnya populasi, jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Disini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data.¹¹

Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang mendeskripsikan semua fakta secara sistematis dan mendalam terhadap suatu objek tertentu. Demikian peneliti akan menjelaskan mengenai “Strategi Informasi Komunikasi dalam Pemerintahan Kabupaten Serang.”

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses penelitian ini ada beberapa metode yang digunakan dalam pengumpulan data, metode-metode tersebut adalah:

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-

¹¹ Rachmat Kriyantono, *Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advartising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), p. 56.

gejala dalam objek penelitian. Dengan metode observasi ini peneliti langsung mengadakan pengamatan dan pencatatan terhadap objek penelitian.

Peneliti melakukan pengamatan dengan datang ke Sekertaris Daerah Pemerintah Kabupaten Serang Bagian Kominfo yang bertempat di Jl. Veteran No, 1 Kabupaten Serang, Banten.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara periset – seseorang yang berharap mendapatkan informasi – dan informan – seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek. Secara garis besar wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dokumen-dokumen yang dimaksud bisa berupa file-file berupa surat, agenda, catatan harian, profil lembaga, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan bidang kehumasan di Pemerintah Kabupaten Serang.

3. Sumber Data

a. Data Primer

ini mengambil data yang diperoleh secara langsung dari pihak –pihak terkait yang berhubungan dengan penelitian ini, dengan melalui observasi

pengamatan langsung, wawancara dan dokumentasi dengan pihak Bagian Kominfo Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Serang.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung, data ini berupa dokumen-dokumen, buku-buku, internet serta sumber lainnya.

4. Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *filling system* yang dikembangkan Wimmer & Dominick. Menurut teknik ini, setelah seluruh data dikumpulkan oleh peneliti, kemudian dilakukan analisis dengan melakukan kategori-kategori tertentu. Setelah seluruh data dimasukkan kedalam kategori maka tahap berikutnya yakni menginterpretasikan data dengan memadukan konsep-konsep atau teori-teori yang telah di tentukan dan disusun.¹²

Hasil analisis tersebut kemudian dipetakan pada proses analisis selanjutnya yang menggunakan teknik Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*). Analisis SWOT digunakan untuk mendapatkan gambaran yang terukur dari 4 sudut pandang penilaian tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman¹³ terhadap penerapan sistem informasi komunikasi yang dikelola oleh Bagian Kominfo Sekretariat Daerah

¹² Kriyantono, *Riset Komunikasi*, p. 198.

¹³ Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 20 No. 20. 2, Desember 2016.
http://eprints.binadarma.ac.id/27/1/08142256-Jurnal_Emел.pdf (diakses 2 Maret 2017)

Pemerintah Kabupaten Serang. Sehingga menjadi lebih selaras dan sesuai dengan visi dan misi pembangunan Kabupaten Serang.

H. Sistematika Pembahasan

Bab Pertama; Pendahuluan yang bahasannya mencakup tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka pemikiran, metodologi penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua ; merupakan profil kelembagaan yang meliputi sejarah dan perkembangan terbentuknya Bagian Kominfo Sekretariat Daerah Pemerintah kabupaten Serang, Visi dan Misi, struktur kepengurusan, dan gambaran umum tentang pelayanan Bagian Kominfo Sekretariat Daerah Kabupaten Serang.

Bab ketiga ; berisi tentang kajian teoritis meliputi sub bab pembahasan, yang pertama tentang pengertian Humas, tugas, fungsi dan ruang lingkup humas, Informasi dan Komunikasi Humas, pelayanan publik, dan terakhir yaitu humas dalam lembaga pemerintahan.

Bab keempat ; membahas tentang Penerapan Sistem Informasi Komunikasi dan Peran Bagian Kominfo dalam Mengelola Informasi Publik di Pemerintahan Kabupaten Serang. Meliputi sub bab pembahasan, strategi informasi komunikasi Bagian Kominfo Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Serang, Tugas/peran Bagian Kominfo Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Serang, dan terakhir yaitu faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan.

Bab kelima ; Penutupan yang meliputi; kesimpulan dan saran-saran.