

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PEMERINTAH KOTA
MAKASSAR
DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM
"GERAKAN MAKASSAR GEMAR MEMBACA"**

Oleh
RANI SORAYA

E 311 04 023



Tgl. Terbit	
Realisasi	30 - 10 - 08
Banyak	1 eksemplar
Harga	tidak ada
No. Inventaris	222
No. Klasifikasi	

*Skripsi sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar sarjana pada
Jurusan Ilmu Komunikasi Program Studi Humas*

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2008**

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PEMERINTAH KOTA
MAKASSAR
DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM
"GERAKAN MAKASSAR GEMAR MEMBACA"

Oleh
RANI SORAYA

E 311 04 023



*Skripsi sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar sarjana pada
Jurusan Ilmu Komunikasi Program Studi Humas*

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2008

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PEMERINTAH KOTA
MAKASSAR
DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM
"GERAKAN MAKASSAR GEMAR MEMBACA"**

Oleh
RANI SORAYA

E 311 04 023



*Skripsi sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar sarjana pada
Jurusan Ilmu Komunikasi Program Studi Humas*

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2008**

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PEMERINTAH KOTA
MAKASSAR
DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM
"GERAKAN MAKASSAR GEMAR MEMBACA"**

Oleh
RANI SORAYA

E 311 04 023



*Skripsi sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar sarjana pada
Jurusan Ilmu Komunikasi Program Studi Humas*

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2008**

HALAMAN PENGESAHAN

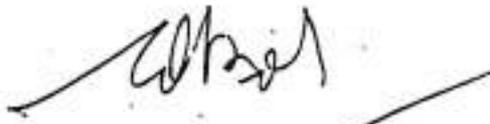
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Makassar
Dalam Menyosialisasikan Program "Gerakan Makassar Gemar
Membaca"

Nama Mahasiswa : RANI SORAYA

Nomor Pokok : E 311 04 023

Menyetujui

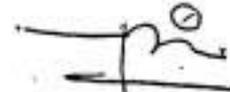
Pembimbing I



DR. Noer Jihad Saleh, MA

NIP. 131 478 241

Pembimbing II



Drs. Muhammad Farid, M.Si

NIP. 131 658 795

Mengetahui

Pelaksana Tugas Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik



Dr. M. Kaussary Bailussy, MA

NIP. 130 969 998

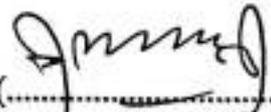
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah diterima oleh Tim Evaluasi skripsi Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam jurusan Ilmu Komunikasi Program Studi Humas pada hari Jum'at tanggal 26 September 2008.

Makassar, 26 September 2008

TIM EVALUASI

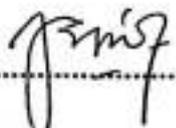
Ketua : Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si

()

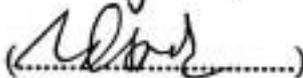
Sekretaris : Alem Febri Sonni, S.Sos, M.Si

()

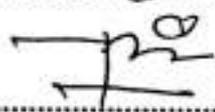
Anggota : Dr. Jenny Maria Fatimah, M.Si

()

Dr. Noer Jihad Saleh, MA

()

Drs. Muh. Farid, M.Si

()

ABSTRAK

Rani Soraya. E 311 04 023. Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Makassar Dalam Menyosialisasikan "Gerakan Makassar Gemar Membaca". (Dibimbing oleh .Noer Jihad Saleh dan Farid Emsil)

Skripsi ini bertujuan : (1) untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh Humas Pemerintah Kota Dalam Menyosialisasikan "Gerakan Makassar Gemar Membaca", (2) untuk mengetahui faktor penghambat dalam menyosialisasikan "Gerakan Makassar Gemar Membaca".

Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih dua bulan yaitu bulan Juli sampai Agustus 2008. yang dilaksanakan pada kantor Balaikota Makassar. Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, data-data penelitian diperoleh dengan dua cara yaitu: (1) Data Primer yaitu data yang diperoleh melalui penelitian langsung dilapangan dengan melalui tiga tahap yakni: Observasi, Wawancara mendalam oleh beberapa informan yang berkopoten sebagai sumber informasi, data diperoleh serta dianalisa secara deskriptif kualitatif sesuai dengan tujuan penelitian yang akan penulis capai.(2) Data Sekunder. Diperoleh dari buku-buku penunjang penelitian serta bahan-bahan lain yang sesuai dengan kajian penelitian.

Hasil Penelitian yang diperoleh: (1) Humas telah melakukan beberapa tahap ataupun langkah sehubungan dengan program Gerakan Makassar Gemar Membaca baik dalam pengenalan khalayak, penyusunan pesan, pemilihan metode, dan seleksi media itu sendiri yaitu pesan diinformasikan melalui media elektronik, cetak, dan IT, dari pembentukan taman baca sampai kepada pertemuan, diskusi dan pemberian beasiswa keluar negeri serta pembagian stiker, brousur dan leadplat.(2) Dalam Sosialisasi tersebut, yang menjadi faktor pendukung adalah adanya dukungan tokoh masyarakat dan sebagian para pengusaha sedangkan dari segi penghambatnya yakni masih kurangnya perhatian/kepedulian akan pentingnya membaca dikalangan masyarakat itu sendiri dan faktor pendanaan yang minim dari Pemerintah dan dari segi komunikasi yang terlalu bersifat formal yang disampaikan kepada masyarakat umum lainnya sehingga sebagian kalangan kurang dapat tanggap terhadap program "Gerakan Makassar Gemar Membaca"

DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Halaman Pengesahan	i
Halaman Pengesahan Tim Evaluasi	ii
Abstrak	iii
Daftar Isi.....	iv
Daftar Tabel.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Dan Kegunaan penelitian.....	9
D. Kerangka Konseptual.....	10
E. Definisi Operasioanal.....	21
F. Metode Penelitian.....	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	24
A. Strategi Komunikasi Dalam Penyebaran informasi	24
1. Pengertian Strategi Komunikasi.....	24
2. Proses Komunikasi.....	28
3. Perumusan Strategi Komunikasi	33
4. Hambatan Dalam Komunikasi	42

BAB III. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	44
A. Sejarah Pemerintahan Kota Makassar.....	44
B. Susunan Organisasi Pemerintahan Kota Makassar	48
C. Humas Pada Organisasi Pemerintahan Kota Makassar	51
D. Stuktur GMGM	60
E. Stuktur Organisasi pemerintahan Kota Makassar	62
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
A. Hasil Penelitian	
1) Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Makassar	
Dalam menyosialisasikan Gerakan Makassar Gemar Membaca	63
2). Faktor Pendukung dan penghambat dalam mensosialisasikan	
Gerakan Makassar Gemar Membaca	80
B. Pembahasan	81
BAB V. PENUTUP.....	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1..... 57

Tabel 3.2..... 58

KATA PENGANTAR

Assalamu Alaikum Wr.Wb

Ucapan syukur atas segala Rahmat dan Inayah-Nya Punulis panjatkan kepada Allah SWT, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan studi pada jurusan ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Hasanuddin.

Dalam penulisan skripsi ini, banyak suka dan duka penulis alami serta hambatan yang menjadi krikil-kritil kecil buat penulis, namun penulis menyadari bahwa suatu usaha yang dibumbui pengorbanan merupakan usaha untuk mencapai kesuksesan, dengan inilah penulis dapatkan selama ini, namun dibalik kesuksesan penulisan skripsi ini ada bantuan moril dan materil yang penulis dapatkan dari orang-orang yang mendukung dan memotivasi diri penulis hingga skripsi ini terwujud.

Untuk itu penulis ingin menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Salam bakti penulis haturkan kepada Ayahanda H.Hadjrati Amin,SH dan ibunda tercinta Hj.Noer Afiah Aggafar, atas s'gala limpahan kasih sayangnya dan dorongan semangat yang tidak henti-hentinya, S'moga Allah SWT membalas segala kebaikan dan ketulusan dunia akhirat. Amin....
2. Bapak DR.Noer Jihad Saleh,MA Director of Central Library of Hasanuddin University and Diretor of American Corner; selaku

- konsultan I penulis yang selalu memotivasi penulis menyelesaikan skripsi ini, terima kasih atas keramahan dalam bimbingannya.
3. Bapak Drs.Farid Emsil,Msi. Selaku konsultan II penulis, terima kasih atas keramahan dan bimbingannya.
 4. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin Makassar yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya.
 5. Bapak Kasim Wahab selaku Humas Pemerintah Kota Makassar atas keramahan dan bantuannya bagi penulis dalam memperoleh informasi penting bagi penulis dalam menyusun skripsi ini.
 6. Bapak Wahyudi Muchsin, selaku Pilot Project GMGM. Thanks atas keramahan dan rasa kekeluargaan kepada penulis selama ini, kak wanti thanks atas data-datanya bagi penulis.
 7. Ibu Nuraini Ma'mur, selaku kepala kantor Arsip,Perpustakaan dan Pengolahan Data Kota Kota Makassar, terima kasih atas keramahan dan bantuannya bagi penulis dalam memperoleh data-data penting bagi penulisan skripsi ini.
 8. Bapak Ridha rasyid, terima kasih atas bantuan informasinya serta candanya selama penulis meneliti di Bagian Humas.
 9. Saudara-saudaraku tercinta: Kak Ratih,Kak Fajrin, Nurul(thanks ya sudah menemani penelitian slama ini), fikri,farah ,kiki, dan Puput(yang centil dan lincah), ponakanku yang lucu dan sabar Radit, Sasa yang pemalu, Rara super aktive...

10. Ibu Ida yang ramah dan murah senyum, terima kasih atas rasa kekeluargaan yang penulis rasakan selama ini, thanks atas pinjaman buku-bukunya Bu'. PerpuSnya jadi Tambah enak lho bu,,,,
11. Pak Ilyas thanks keramahan dan kekeluargaannya selama penulis meminjam buku.
12. Pak Saleh, thanks infonya dan bantuannya selama ini
13. "My Rush O4". Atas kebersamaannya dan rasa persaudaraannya, tetap kompak ya.
14. WiwiK teman SeperjuanGanku....Smangat terus cezt jangan lesu donk
15. Dian n Uphy sudah lama kalian merantau kawan..kapan kita ngumpul bareng lagi??
16. Ice Thanks Say Recordingnya, (banyak kejadian lucu dengan Rec Nya Say) ,Santi smoga cepat meriednya, Darma awet ya sama Taro, Asmi Keep Smile, Rofi nyantemi Say pasti keluarji jadi sarjana, Titin jaga Esmosinya SaY. Kak Jun thanks Masukannya
17. Teman" Posko KKN Ridwan (as Korcam), Emil (as Sekcam), Aldy, Kak Rara, Wilma n smuanya yang tak dapat Ku sebut satu persatu.
18. Sahabatku Lina Suita, Farah Extensi, n Rina Merpati(Sukses Bwt Kalian Smuanya)
19. Thanks Bro Andy atas segala bantuannya yang tak henti-hentinya, smoga Tuhan Membalas-Nya..Amin...

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Amin...

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Makassar, 30 agustus 2008

Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan arus globalisasi saat ini, menuntut kita untuk dapat menjadi manusia yang memiliki pemikiran global serta wawasan luas, salah satu yang menjadi masalah penting di negara kita adalah bagaimana menjadikan pendidikan di Indonesia memiliki kualitas dan daya saing yang tinggi nantinya.

Untuk meningkatkan kesejahteraan dan tercapainya masyarakat yang adil dan makmur merupakan cita-cita bangsa Indonesia, semuanya itu dapat dicapai hanya dengan mempunyai bekal Ilmu Pengetahuan dan kemampuan membaca. Khusus di Sulawesi Selatan sendiri kualitas dari pendidikannya masih memprihatinkan, itu terlihat dari populasi buta aksa yang menempatkan Sul-Sel di nomor urut Empat nasional, sebanyak 965.086 penduduk sul-sel atau mencapai 6,07 persen. prestasi buruk itu disandang Sul-sel sejak 2005 dan tidak mengalami perubahan hingga akhir 2007.

(*Data biro statistic sul-sel, 2007*)

Di Makassar minat membaca masyarakat masih sangat minim. Kurangnya minat baca ini akan berimbas pada rendahnya kualitas pendidikan di Sul-Sel. Buktinya di Indonesia, kualitas pendidikan sul-sel kini hanya berada pada urutan ke-20. Sul-Sel masih kalah dari daerah-daerah lain ditengah air. Buruknya kemampuan membaca anak-anak berdampak kepada kekurangmampuan dalam penguasaan ilmu pengetahuan, teknologi dan matematika. Dengan demikian

dapat dikatakan bahwa **kekurangmapuan** tersebut akibat karena Membaca Belum Menjadi Kebutuhan Hidup dan Belum Membudaya. Oleh sebab itu "Membaca" harus dijadikan kebutuhan hidup dan pembudayaan membaca merupakan proses yang memerlukan waktu yang panjang tergantung dari pemerintah dan masyarakat.

Keterpurukan minat baca di Indonesia telah menumbuhkan budaya-budaya hedonis (materialis) dan konsumtif. Menurut pustakawan Kantor Arsip Makassar, Tulus Wulan,S.Sos.

Bersadarkan survei International Assosiation for Evaluation of Educational (IEA) pada 30 negara didunia menyimpulkan, kemampuan membaca anak-anak SD IV di Indonesia menempati urutan ke 29 di atas Venezuela, sedangkan khusus Sul-Sel dalam hal pendidikan, berdasarkan data BPS Taun 2007 menempati rengking ke-30 dari 33 propinsi di Indonesia." melihat kondisi dan rendahnya minat baca ini, maka dalam persaingan global kita tak mampu sejajar bahkan akan selalu ketinggalan, bisa jadi permasalahan dalam negeri pun nantinya kita tidak mampu mengatasinya yang sebagaimana dikarenakan kurangnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi sebagai akibat lemahnya kemauan (malas) membaca,

Mengapa minat baca masih sangat rendah di Indonesia?, hal ini di latar belakang oleh faktor-faktor kecenderungan antara lain yang diungkapkan oleh (Saleh Nurjihad.2008: 3)

1. Orang tua tidak membaca.
2. Tidak ada (kalau ada kurang sekali) dari orang tua untuk membaca.
3. Kebutuhan-kebutuhan lain lebih penting untuk diadakan daripada bahan bacaan.
4. Kurangnya dorongan baik dari guru kelas maupun guru pustakawan terhadap murid/siswa untuk memanfaatkan perpustakaan.

5. Dalam mengisi waktu luang anak dan remaja, kegiatan-kegiatan lain seperti Olahraga dan kesenian lebih banyak digemari daripada membaca.
6. Kemajuan media audiovisual sebagai sumber informasi yang handal dapat menjadi penyebab anak dan remaja malas membaca untuk tujuan informatif dan rekreatif.

Berkaitan dengan hal tersebut (Komunitas Minat Baca Indonesia,2006) mengungkapkan ada banyak teori yang menyatakan mengapa minat baca di Indonesia dikatakan rendah, yakni: pertama, sistem pembelajaran di Indonesia belum membuat anak-anak/siswa/mahasiswa harus membaca buku (lebih banyak lebih baik) ,mencari informasi/pengetahuan lebih dari apa yang diajarkan,mengapresiasikan karya-karya ilmiah,filsafat,sastra,dan dsb. Kedua banyaknya jenis hiburan, permainan(**games**)dan tayangan TV yang mengalihkan perhatian anak dan orang dewasa dari buku. Ketiga, banyaknya tempat hiburan untuk menghabiskan waktu seperti taman rekreasi,tempat karaoke,night club, mall,supermarket. Keempat, budaya baca memang belum pernah diwariskan nenek moyang kita, kita terbiasa mendengar dan belajar berbagai dongeng,kisah, adat-istiadat secara verbal dikemukakan orangtua,tokoh masyarakat.anak-anak didongengi secara lisan. Tidak ada pembelajaran (sosialisasi) secara tertulis, jadi tidak terbiasa mencapai pengetahuan melalui membaca. Kelima para ibu, saudara-saudari kita senantiasa disibukkan dengan beragam aktivitas masing-masing sehingga setiap waktu luang sangat minim bahkan hampir tidak ada untuk membantu anak membaca buku.dan yang Keenam, sarana untuk memperoleh bacaan, seperti perpustakaan atau taman baca masih merupakan barang langka.

Rendahnya minat baca masyarakat kita bukan semata, karena masyarakatnya malas membaca tetapi juga disebabkan sarana yang kurang

memadai, buku-bukunya langka dan mahal, biaya pendidikan yang cukup tinggi dan tidak semua anggota masyarakat mampu untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Selain itu tantangan kedepan adalah menjamurnya media elektronik seperti tv, VCD, video dan sejenisnya.

Jika kita tidak pandai untuk mengendalikan media tersebut, maka bangsa kita akan melahirkan generasi penonton dan pendengar yang malas dan kurang produktif.

Perpustakaan yang menjadi sarana pendukung untuk penyediaan bahan bacaan belum mampu menyediakan bahan bacaan yang disenangi oleh khalayak luas. Kondisi perpustakaan sekolah di Indonesia sendiri belum berkembang secara merata disekolah-sekolah diindonesia, hanya 5,7 % sekolah di Indonesia dari tingkat Taman Kanak-kanak hingga Sekolah Menengah Umum yang memiliki perpustakaan disekolahnya dan itupun kondisinya sangat bervariasi, mulai dari ruangan yang kurang memadai hingga kesulitan mencari *resource* dengan dana yang tersedia. Hal ini membuktikan bahwasanya kendala dalam perkembangan perpustakaan sekolah bukan semata-mata kurangnya ketersediaan dana melainkan juga kurangnya ketersediaan sumber-sumber yang bermutu untuk koleksi perpustakaan sekolah yang sudah berdiri. (BACA, jurnal dokumentasi dan informasi. Vol 27,2003)

Hal ini pula yang membuat pemerintah kota makassar sendiri beritikak baik dan mempunyai tujuan untuk menunjang kualitas dasar dalam bidang ilmu pengetahuan yakni membaca yang tentunya berlandaskan pada peningkatan mutu hidup masyarakat khususnya sul-sel, dan dalam kegiatan tersebut Pemerintah

membuat program yang diberinama "Gerakan Makassar Gemar Membaca" sebagai pilot project secara nasional yang dicanangkan oleh Walikota Makassar, Ir. H. Ilham Arief Sirajuddin, MM didampingi oleh Dinas Pendidikan kota Makassar, Drs. H. Muhammad Asmin, S, Pd dan Dewan Pembina Yayasan Pena Madani, DR. Hj. Marwah Daud Ibrahim (Sumber : Kantor Arsip, Perpustakaan dan Pengolahan Data Kota Makassar, 2006)

Dasar pertimbangan diprogramkannya " Gerakan Makassar Gemar Membaca" oleh Pemerintah Kota Makassar adalah bahwa:

1. Pemerintah daerah merupakan ujung tombak pembangunan bangsa yang berhadapan langsung dengan masyarakatnya sebagai pelaku sekaligus konsumen dan pemasok dalam kaitannya dengan pengelolaan sumber daya alam (SDM) yang dimilikinya.
2. Kemampuan membaca merupakan kompetensi dasar manusia yang sangat penting untuk mendongkrak kompetensi lainnya, sehingga dapat memberikan manfaat yang besar untuk lingkungan sekitarnya.
3. Perpustakaan sekolah dan perpustakaan umum merupakan wahana yang paling efektif dan efisien untuk mempercepat proses pencerdasan masyarakat melalui penyediaan informasi dan bahan bacaan yang muktahir, lebih banyak dan bervariasi.

Target utama yang ingin dicapai dari program ini adalah mewujudkan Makassar cerdas dengan membaca. Program ini bertujuan tidak lain adalah untuk mencerdaskan kehidupan bangsa, khususnya Sulawesi-Selatan sendiri, pemerintah kota tak ingin masyarakatnya hidup dengan tidak berkualitas. Dengan membaca

berbagai buku atau artikel lainnya, maka secara otomatis akan meningkatkan kecerdasan masyarakatnya. Dan pada gilirannya kebodohan itu dihilangkan dan kehidupan berkualitaspun dapat terciptakan.

Taman baca yang telah didirikan Walikota Makassar, Ilham Arif Sirajuddin di 14 kecamatan yakni :

No	Nama Taman Baca	Alamat	Jumlah Koleksi	Jumlah Anggota
1	Kecamatan Mariso	Jl. Dahlia	747 eksp	50 Orang
2	Kecamatan Mamajang	Jl. Amirullah	652 eksp	100 orang
3	Kecamatan Makassar	Jl. S. Saddang Baru	600 eksp	-
4	Kecamatan Ujung Pandang	Jl. Arief Rate No. 1a	686 eksp	90 orang
5	Kecamatan Bontoala	Jl. Bayam No. 65	665 eksp	-
6	Kecamatan Wajo	Jl. Salemo No.38	791 eksp	120 orang
7	Kecamatan Ujung Tanah	Jl. Sabutung Timur No 200	643 eksp	65 orang
8	Kecamatan Tallo	Jl. Arif Rahman Hakim No 54	938 eksp	30 orang
9	Kecamatan Rappocini	Jl.Tidung MaMariolo	598 eksp	50 orang
10	Kecamatan Tamalate	Jl. Tanjung Merdeka	722	177 orang
11	Kecamatan Panakukang	Jl. Abd. Dg Sirua, Komp Perum Paropo	626 eksp	35 orang
12	Kacamatan Manggala	Jl. Dg Kayo No 1	635 eksp	50 orang
13	Kecamatan Tamalanrea	Jl.Prof. Ir. Sutami No 126	926 eksp	20 orang
14	Kecamatan Biringkanaya	Jl. Dg Ramang No 102	715 eksp	30 orang

Ket : Data per 31 Desember 2006-2007

Sumber : Kantor Arsip, Perpustakaan dan Pengolahan Data Kota Makassar

Kurangnya jumlah anggota perpustakaan serta literatur yang terdapat disetiap taman baca yang telah didirikan oleh Pemerintah menunjukkan bahwa masih minimnya keinginan orang untuk mencintai sebuah bacaan, ini berarti sosialisasi yang dilakukan oleh Humas Pemkot kurang berjalan baik.

Olehnya itu Humas Pemerintah Kota Makassar yang merupakan ujung tombak suksesnya "Program Gerakan Makassar Gemar Membaca" yang berfungsi sebagai corong pemerintah dan penyambung lidah diharapkan akan dapat menjelaskan sejelas-jelasnya kepada masyarakat mengenai program ini dan tujuannya sehingga warga masyarakat yang tidak tahu menjadi tahu dan dapat mengikuti pelaksanaannya dengan baik.

Dengan dukungan Humas yang baik berupa penyebarluasan informasi atau sosialisasi kepada khalayak diharapkan "Program Gerakan Makassar Gemar Membaca " ini dapat menjadikan membaca merupakan suatu keharusan yang wajib untuk dilakukan bukan hanya kegemaran semata yang banyak saat ini terjadi.

Untuk mensukseskan program ini perintah dalam hal ini Humas Pemerintah Kota Makassar menyosialisasikannya melalui media elektronik (televisi, radio) dan media cetak (koran) serta media luar ruang (spanduk) hal ini dapat dilihat dari pemberitaan oleh media massa mengenai "Gerakan Makassar Gemar Membaca" yakni dimedia lokal Tribun dan Harian Fajar dan baliho-baliho dipusat kota sebagai bentuk sosialisasi terbuka kepada publik.

Namun kendati demikian dalam proses pelaksanaan Program " Gerakan Makassar Gemar Membaca" masih belum dapat terealisasikan dengan efektif, hal

ini diungkapkan oleh Halim,Wahyudi.2008. *“Makassar Gemar Membaca Atau Berbelanja”*

“GMGM tampaknya memang belum diiringi program-program yang benar-benar relevan, efektif dan strategis. Bahkan Pemkot agaknya lebih mementingkan proyek yang tidak kondusif bagi peningkatan minat baca. Lihatlah, ketimbang membuat taman-taman baca dan perpustakaan kota, Pemkot justru memicu pertumbuhan ruko dan mal-mal besar. Kini warga Makassar jauh lebih mudah menyebut nama puluhan pusat perbelanjaan baru daripada belasan perpustakaan di Makassar saat ini. Dari yang bernama Supermarket, Hypermarket, Superstore, Toserba, Paserba hingga yang berakhiran Mall, Trade Center, Square, Plaza, dst. Ini tentu saja lebih merangsang adrenalin kegembiraan berbelanja ketimbang minat baca masyarakat.

Diharapkan dengan segala keterbatasannya Program „ Gerakan Makassar Gemar Membaca“ ini dapat berjalan baik meskipun dilakukan secara bertahap.

Hal yang perlu dilakukan oleh pemerintah kota makassar dalam Program “Gerakan Makassar Gemar Membaca adalah” :

- Menyosialisasikan secara rinci mengenai Program Gerakan Makassar Gemar Membaca kepada masyarakat luas dengan melakukan strategi-strategi komunikasi yang tepat.
- Dapat memfasilitasi dan menjembatani setiap kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan guna untuk mewujudkan masyarakat gemar membaca
- Mampu mengubah pola pikir masyarakat untuk mencintai membaca sebagai suatu keharusan.
- Mampu meminimalkan masalah-masalah yang akan dihadapi pada pelaksanaan Program “Gerakan Makassar Gemar Membaca”

Hal-hal diatas, merupakan sebagian alasan sehingga penulis meneliti tentang

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PEMERINTAH KOTA
DALAM MENSOSIALISASIKAN
“GERAKAN MAKASSAR GEMAR MEMBACA”**

B. Rumusan Masalah

dari latar belakang diatas tersebut, maka secara spesifik masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi Humas pemerintah Kota dalam Mensosialisasikan program "Gerakan Makassar Gemar Membaca" ?
2. Hambatan apa yang dihadapi oleh Humas Pemerintah Kota dalam Mensosialisasikan "Gerakan Makassar Gemar Membaca" ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk menemukan jawaban atas masalah-masalah yang telah dikemukakan diatas. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui strategi komunikasi Humas Pemerintah Kota dalam mensosialisasikan "Gerakan Makassar Gemar Membaca"?
- b. Untuk mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi oleh Humas Pemerintah Kota dalam mensosialisasikan "Gerakan Makassar Gemar Membaca" ?

2. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai berikut :

a. Kegunaan Teoritis

Sebagai bahan masukan dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan ilmu komunikasi pada khususnya dan sebagai bahan referensi lebih lanjut.

b. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan ataupun rujukan kepada Pemerintah kota dalam menyosialisasikan Program "Gerakan Makassar Gemar membaca".

D. Kerangka Konseptual

Pada dasarnya setiap warga Negara Indonesia berhak mengenyam pendidikan dari bangku sekolah dasar sebagai landasan untuk kesejahteraan hidup mereka. Oleh karena itu hak untuk memperoleh pendidikan harus diperhatikan oleh pemerintah, dalam perkembangannya pemerintah ikut prihatin dengan banyaknya masyarakat Indonesia yang buta aksara khususnya masyarakat Sul-sel. Program "Gerakan Makassar Gemar Membaca" dituntut untuk mampu mengajak masyarakat kota makassar untuk mencintai kegiatan membaca dari berbagai buku maupun literature lainnya, seperti yang diungkapkan (Kusuma, Bachtiar. 2008. " *Buku Tak Sekedar bacaan*". Fajar. 18 Mei ,35)

"menurut penulis, buku bukan sekedar sebagai sebuah komoditas semata, tapi lebih jauh lagi buku adalah sebuah alat yang bisa menambah ilmu pengetahuan seseorang, Nah, persoalannya sekarang, bagaimana

manjadikan buku sebuah bacaan dan bisa menjadi milik publik semua orang.”

Dalam hal ini Humas Pemerintah Kota perlu mengambil serta menjalankan strategi-strategi untuk mensosialisasikan Program “Gerakan Makassar Gemar Membaca”. Ruslan(2001:119) Peranan Humas dilapangan dalam menyosialisasikan “Gerakan Makassar Gemar Membaca” harus dapat menginformasikan , menerangkan, menyarankan, membujuk, mengundang, serta menyakinkan kepada khlayak tentang program yang akan dilaksanakan oleh Pemerintah. Strategi sosialisasi tersebut dapat diadopsi dari strategi- strategi komunikasi yang baik dimana melibatkan proses komunikasi yang efektif. Komunikasi secara efektif yang dimaksud adalah bagaimana mengubah sikap (how to change tehe attitude), mengubah opini (to change behaviour). Ruslan, rosady (2002: 31)

Sebagaimana yang dikemukakan di *Webster News World Dictionary* dalam Moore franzier humas adalah fungsi menagemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan-kebijaksanaan dan prosedur-prosedur seorang induvidu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik sementara humas menurut Frank Jefkins merupakan bentuk komunikasi yang terencana, baik kedalam maupun keluar antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Humas dalam hal ini juga perlu memperhatikan startegi yang tepat untuk setiap program yang akan dijalankannya.

Oleh karena itu Humas Pemerintah Sulawesi Selatan sebelum menjalankan Strateginya dalam menyebarkan informasi mengenai Gerakan Makassar Gemar Membaca perlu menyusun suatu perencanaan agar dalam pelaksanaannya nanti tidak mengalami hambatan apapun.

Untuk dapat berkomunikasi menyampaikan pesan secara efektif dan tepat sasaran seorang humas memerlukan empat syarat utama, hal ini diungkapkan Ardianto, Alvinaro. 2007. "Strategi Humas PT di era Kompetisi".

(<http://www.klipingcyberMedia.htm>), yakni:

"Pertama: pesan dibuat sedemikian rupa dan selalu menarik perhatian; Kedua: pesan dirumuskan dan mencakup pengertian dan diimbangi dengan lambang-lambang yang dapat dipahami oleh publiknya; Ketiga: pesan menimbulkan kebutuhan pribadi komunikannya (penerima pesan); dan Keempat: pesan merupakan kebutuhan yang dapat dipenuhi sesuai dengan situasi komunikasi."

Dalam hal ini peran seorang Humas sangat diperlukan untuk melakukan strategi komunikasi yang baik dan tepat kepada khalayak, dimana strategi komunikasi erat hubungannya antara tujuan yang hendak dicapai dengan konsekuensi-konsekuensi (masalah) yang diperhatikan, kemudian merencanakan bagaimana mencapai konsekuensi sesuai dengan hasil yang diharapkan atau tujuan yang dicapai.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (Planning) dan manajemen (manajemen) untuk mencapai tujuan, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. J L Thompson (1995) mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir yang menyangkut tujuan dan sasaran organisasi.

Strategi merupakan fondasi program taktis mencapai tujuan untuk program-program besar yang memiliki beberapa unsur, misalnya hubungan kemasyarakatan, dan lain sebagainya

Bennett, Oliver Sandra (2007:2) menggambarkan strategi sebagai arah yang dipilih organisasi untuk diikuti dalam mencapai misinya, Mintzberg menawarkan lima kegunaan dari kata strategi, yaitu:

- Sebuah rencana (suatu arah tindakan yang diinginkan secara sadar)
- Sebuah cara (suatu maneuver spesifik yang dimaksudkan untuk mengecoh lawan atau competitor).
- Sebuah posisi (suatu cara menempatkan organisasi dalam sebuah lingkungan).
- Sebuah pola (dalam suatu rangkaian tindakan;)
- Sebuah perspektif (suatu cara yang intergrasi dalam memandang dunia).

Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan , dalam arti pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Pada dasarnya prinsip komunikasi adalah dua arah dan timbal balik (Paradigmatis) merupakan proses penyampaian pesan (*Message*) dari seseorang atau kelompok (komunikator) untuk memberi tahu atau dapat mengubah sikap, pendapat, perilaku, kepada perorangan atau kelompok (komunikan) baik

berhadapan langsung secara lisan maupun tidak langsung, melalui media massa sebagai alat (tool) untuk mencapai target dalam proses komunikasi dua arah yang hendak dicapai.

Menurut R. Wayne Pace, Brent D dalam Effendy (1990: 32) menyatakan bahwa tujuan sentral strategi komunikasi terdiri dari tiga tujuan utama, yaitu:

1. To Secure Understanding,
2. To Establish Acceptance,
3. To Motivate Action.

Pertama adalah to secure understanding, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Andaikata ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimanya itu harus dibina (*to establish acceptance*) dan pada akhirnya kegiatan dimotivasikan (*to motivate action*).

Perlu diketahui juga bahwa strategi komunikasi itu bersifat makro yang dalam prosesnya berlangsung secara vertikal pyramidal. Penelaan mengenai berlangsungnya komunikasi vertikal secara makro tidak bisa lepas dari pengkajian terhadap pertautan antara komponen yang satu dengan komponen yang lain dalam proses komunikasi. Komponen-komponen yang dimaksud adalah komunikator, pesan, media, khalayak dan efek.

Dalam menyusun suatu strategi yang tepat diperlukan penyampaian informasi yang jelas, dan beberapa unsur yang perlu diperhatikan agar dalam proses pelaksanaannya tidak menemui hambatan-hambatan. Unsur-unsur yang dimaksud adalah :

- Perencanaan komunikasi yang baik

- Perumusan tujuan yang jelas
- Mengetahui situasi dan kondisi khalayak yang menjadi sasaran.

Sebuah definisi yang dibuat oleh kelompok sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi antar manusia dalam Cangara (2004:18) mengatakan bahwa komunikasi adalah proses transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan :

1. membangun hubungan antar sesama manusia
2. melalui pertukaran informasi
3. untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain serta
4. berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu.

Pelaksanaan sosialisasi “Gerakan Makassar Gemar Membaca “ merupakan langkah yang ditempuh oleh pemerintah kota untuk mencanangkan pendidikan gratis dengan tujuan membaca sejak dini, dan bukan hal muda begitu saja yang dilakukan oleh seorang Humas pemerintah kota dalam melaksanakan sosialisasi, humas harus memperhatikan beberapa hal dalam penentuan strategi komunikasi, agar hasil yang dicapai dapat sesuai dengan yang direncanakan sebelumnya sehubungan dengan hal tersebut diatas, maka model komunikasi yang bisa digunakan yaitu Laswell dalam Arifin (1994:58)

1. Mengenal Khalayak

Mengenal khalayak haruslah merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha komunikasi yang efektif. Sebagaimana telah dijelaskan bahwa dalam proses komunikasi, khalayak itu sama sekali tidak pasif, melainkan aktif sehingga antara komunikator dan komunikan bukan hanya terjadi hubungan.

Tetapi juga saling mempengaruhi. Artinya, khalayak dapat dipengaruhi oleh komunikator tetapi komunikator juga dapat dipengaruhi oleh komunikan atau khalayak. Untuk menjalin komunikasi antar komunikator dengan komunikan harus terdapat persamaan kepentingan. Berarti komunikator harus mengerti dan memahami kerangka pengalaman dan referensi khalayak secara tepat dan seksama.

2. Menyusun Pesan

Setelah mengenal khalayak dan situasinya, maka langkah selanjutnya dalam perumusan strategi, ialah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi, syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ia mampu membangkitkan perhatian ini, dalam hal ini Schramm (1955) dalam Arifin (1994:68) mengajukan syarat-syarat untuk berhasilnya pesan sebagai berikut:

- Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran yang dituju.
- Pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga kedua pengertian ini bertemu.
- Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi dari pada sasaran dan menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan itu.
- Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh yang layak bagi situasi kelompok dimana kesadaran pada saat digerakkan untuk memberikan jawaban yang dikehendaki.

3. Menetapkan Metode

Seperti disinggung bahwa mencapai efektivitas dari suatu komunikasi selain akan tergantung dari kemantapan isi pesan yang diselaraskan dengan kondisi khalayak dan sebagainya, maka akan turut dipengaruhi oleh metode-metode penyampaiannya kepada sasaran.

Dalam dunia komunikasi metode penyampaian /mempengaruhi dapat dilihat dari dua aspek yaitu: menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Hal tersebut dapat dilihat dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari sisi pesannya. Sedangkan yang kedua yaitu melihat komunikasi itu dari segi bentuk pernyataan atau pesan dan maksud yang dikandung. Oleh karena itu yang pertama (menurut cara pelaksanaannya) , dapat diwujudkan dalam dua bentuk, yaitu metode pengulangan dan metode penyediaan saluran. Sedangkan yang kedua (Menurut bentuk isinya) dikenal metode informative, persuasif, edukatif dan koesif.

4. Seleksi dan Penggunaan Media

Penggunaan media sebagai penyalur ide dalam rangka merebut pengaruh dalam masyarakat, dalam abad 21 adalah suatu hal yang merupakan keharusan. Sebab selain media massa dapat menjangkau sejumlah besar khalayak, dewasa ini juga kita tidak dapat hidup lagi tanpa surat kabar, radio, film, dan televisi. Semua itu alat yang telah menjadi alat komunikasi massa yang sejati selain berfungsi sebagai alat penyalur, juga mempunyai fungsi sosial yang kompleks. Sebagaimana dalam penyusunan pesan dari suatu komunikasi yang ingin dilancarkan, kita harus selektif dalam arti

menyesuaikan keadaan dan kondisi hkalayak, maka dengan sendirinya dalam penggunaan media pun harus demikian. Selain kita harus berfikir dalam jalinan faktor-faktor komunikasi juga hubungannya dengan situasi sosial-psikologis, harus diperhitungkan dikarenakan masing-masing media tersebut mempunyai kemampuan dan kelemahan tersendiri sebagai alat.

Dalam proses mensosialisasikan program “Gerakan Makassar Gemar Membaca” (GMGM) maka yang paling utama dilakukan adalah bagaimana dapat mempersuasifkan masyarakat untuk mencintai kegiatan membaca dan mengubah pola pikir masyarakat akan pentingnya membaca sebagai gerbang untuk membuka cakrawala ilmu pengetahuan dan bukan hanya sekedar kesenangan ataupun hobi semata. Sehingga diharapkan dengan sendirinya pada setiap kebijakan-kebijakan di bidang pemerintahan dapat dengan mudah diterima, dipahami, dan pada akhirnya dapat dilaksanakan dan diterapkan dalam kehidupannya. Dan untuk merealisasikan program tersebut dibutuhkan komunikasi yang efektif.

Untuk menciptakan komunikasi yang efektif, maka ada beberapa unsur yang perlu diketahui antara lain:

- Unsur komunikator (source) adalah merupakan unsur pihak yang menyampaikan pesan kepada khalayak.
- Unsur pesan (Message) adalah merupakan unsur yang akan disampaikan kepada khalayak, baik berupa tulisan maupun lisan.
- Unsur media/saluran (Channel) yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak.

- Unsur komunikasi adalah unsur pesan yang disampaikan oleh komunikator.
- Unsur umpan balik (Feedback) adalah hasil dari proses dimana pihak komunikator dapat mengetahui tanggapan balik dari pihak khalayak.

Unsur-unsur diatas tersebut dikenal dengan model S-M-C-R-E, dimana sumber Source menyampaikan pesan melalui saluran tertentu kepada penerima dengan berbagai efek tertentu. Model ini identik dengan model LASSWELL

Anwar Arifn (1984:15) yaitu:

- Who-siapa ?
- Says what-berkata apa ?
- In which channel- melalui media apa ?
- To Whom- kepada siapa ?
- With what effect- bagaimana efeknya ?

Untuk menumbuhkan animo masyarakat tentang Program Gerakan Makassar Gemar Membaca ini, maka pemerintah propinsi Sulawesi-Selatan perlu mengambil langkah-langkah dalam bentuk sponsorship dan dukungan dari masyarakat umum lainnya agar program tersebut dapat berdaya guna dan berkelanjutan.

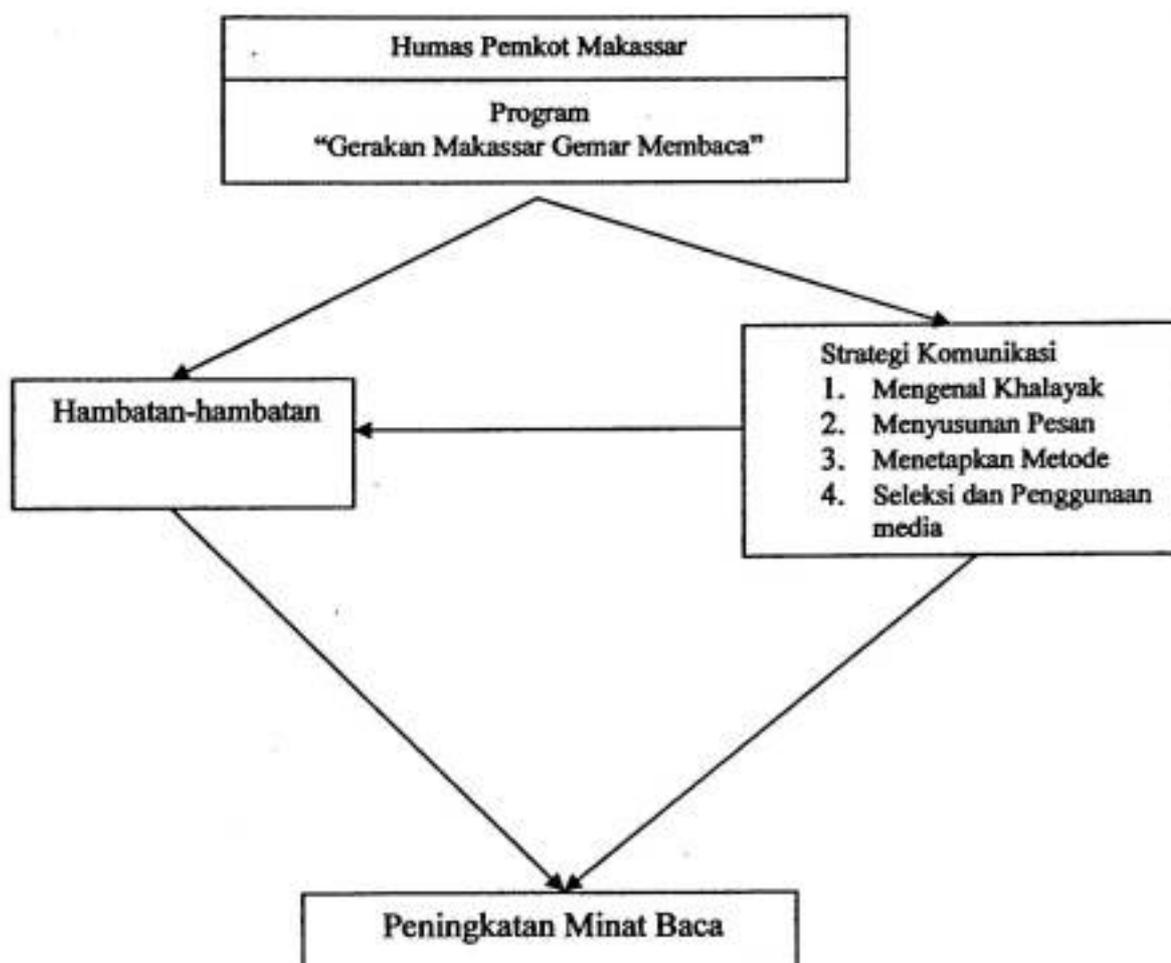
Hubungannya dengan penelitian ini, untuk membantu mensejahterakan pendidikan masyarakat secara menyeluruh dan dari berbagai kalangan dengan membaca secara gratis dipusat-pusat taman baca yang telah dibentuk oleh pemerintah kota bekerjasama dengan berbagai pihak lainnya. agar nantinya

masyarakat kota makassar dengan mudah memperoleh sumber-sumber bacaan yang bermutu dan berimbang untuk ilmu pengetahuan.

Dalam menyebarluaskan informasi “Gerakan makassar Gemar Membaca” yang dimaksud dalam penelitian ini, dianggap berhasil apabila masyarakat sebagai sasarannya mampu menerima dan menerapkan dalam kehidupannya .

Untuk mengetahui strategi komunikasi Humas pada Kantor Pemerintah Kota Makassar mengenai program “ Gerakan Makassar Gemar Membaca”, penulis menggambarkan mekanismenya sebagai berikut.

Gambar I. Bagan Kerangka Pikir



E. Definisi Operasional

Untuk mengetahui dan memberi pemahaman yang lebih jelas, maka Penulis akan menguraikan pengertiannya kedalam definisi operasional sebagai berikut :

1. Strategi adalah suatu metode atau langkah-langkah yang dipergunakan dalam penyampaian informasi kepada khalayak sasaran tentang pelaksanaan "Gerakan Makassar Gemar Membaca".
2. Sosialisasi adalah cara yang dilakukan untuk meyebarluaskan informasi dengan melakukan kegiatan yang mendukung program "Gerakan Makassar Gemar Membaca".
3. Gerakan Makassar Gemar Membaca adalah salah satu dari program pemerintah kota makassar yang bertujuan untuk meningkatkan minat baca dikota Makassar.

F. Metode Penelitian

1. Lokasi penelitian adalah kantor Walikota Makassar. Penelitian ini berlangsung selama dua bulan yaitu dimulai Juli 2008 samapi agustus 2008.
2. Tipe penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif yaitu memberikan gambaran secara cermat dan faktual mengenai strategi Humas Pemerintah Kota Makassar dalam Mensosialisasikan Gerakan Makassar Gemar Membaca

3. Teknik Pengumpulan Data

a. **Data Primer** adalah pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dilapangan dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu :

1) **Field Research** yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang menjadi sasaran penelitian.

2) **Wawancara** yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan Tanya jawab langsung kepada pejabat Humas di kantor Walikota Makassar dan yang terkait dalam program "Gerakan Makassar Gemar membaca".

Informan yang berkaitan dengan penelitian ini, yakni:

a. Kepala Biro Humas Pemkot Makassar

b Pilot Project GMGM

c. Kepala Kantor Arsip, Perpustakaan dan Pengolahan Data Kota Makassar

b. **Data Sekunder** adalah data yang diperoleh dari berbagai literature, Koran, Media On-Line, dan yang lainnya yang relevan dengan masalah yang akan diteliti. Selain itu data juga diperoleh dari lokasi tempat mengadakan penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Data diperoleh yang diperoleh akan diolah secara deskriptif kualitatif dengan menganalisa hasil wawancara yang terkumpul dari lapangan

untuk selanjutnya diinterpretasikan kedalam bahasa atau kalimat yang mudah dipahami .

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Strategi Komunikasi Dalam Penyebaran Informasi

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Perlu diketahui bahwa arah sasaran komunikasi berorientasi pada efek yang positif atau efektifitas, untuk itu dalam mencapai efektifitas komunikasi diperlukan suatu pendekatan atau strategi operasional tertentu. Dengan demikian penulis terlebih dahulu mengetengahkan suatu hal yang mendasar dalam penulisan penelitian ini, yaitu pengertian strategi. Hal yang dimaksud untuk mendapatkan gambaran mengenai pengertian strategi dalam hubungannya dengan komunikasi.

Seperti yang dikemukakan oleh Arifin (1994 : 10) bahwa strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan, jadi merumuskan suatu strategi komunikasi berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan dihadapi dimasa depan, guna mencapai efektivitas. Dengan strategi komunikasi ini berarti dapat ditempuh dengan beberapa cara dengan menggunakan komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat.

Selain itu pakar komunikasi yang lainnya yaitu Effendy (1990:32) mengemukakan bahwa strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*Planning*) dan manajemen (*managemen*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk

mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Sementara menurut J.L. Thompson (1995) mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil yang menyangkut tujuan untuk dan sasaran organisasi. Bennet, Oliver Sandra (2007: 2) menggambarkan strategi sebagai arah yang dipilih organisasi untuk diikuti dalam mencapai misinya.

Selanjutnya, ahmad S Andaputra dalam Ruslan (1998:106) mengemukakan bahwa strategi adalah bagian terpadu dari satu rencana (*plan*) sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah suatu fungsi dasar dari proses manajemen.

Dari beberapa pengertian diatas, maka strategi komunikasi erat hubungan dan kaitannya antara tujuan yang hendak dicapai dengan konsekuensi-konsekuensi (masalah) yang harus diperhitungkan, kemudian merencanakan bagaimana mencapai konsekuensi-konsekuensi sesuai dengan hasil yang diharapkan atau dengan kata lain tujuan yang hendak dicapai.

Perencanaan komunikasi harus senantiasa disusun secara sistematis, sebagai upaya untuk merubah pengetahuan, sikap dan tingkah laku khalayak atau sasaran.

Dibawah ini akan kita lihat strategi itu sebagai suatu usaha untuk merubah suatu sasaran. Pertama yang harus diperhitungkan adalah:

- Asas dan generalisasi mengenai unsur-unsur pokok dalam situasi komunikasi serta kombinasinya kedalam.

- Kemudian merubah tingkah laku yang terjadi sebagai hasil atau akibat komunikasi.

Widjaja (1986: 96) mengemukakan dalam hubungan ini dimaklumi bahwa setiap organisasi yang berada dalam proses institution building/institusional straturenya harus secara terus menerus dilakukan antara lain:

- Mengetahui sikap, cita rasa, kepentingan dari lingkungannya (masyarakat/publik/klien) serta perkembangannya.
- Mengakomodasikan, mengubah, membentuk, membina sikap, cita rasa, dan kepentingan lingkungan (masyarakat, publik, klien), sehingga viability dari organisasi itu tetap terjaga dengan baik dalam mencapai tujuan-tujuannya secara efisien dan efektif.

Untuk mencapai itu setiap organisasi harus mampu:

- Menentukan dan merumuskan kebijaksanaan dalam bahasa yang dipahami (komunikatif) dalam lingkungannya.
- Merumuskan program kegiatan yang menciptakan interdependensi dengan lingkungannya serta menarik partisipasi dengan lingkungannya itu.

Apabila semua karakteristik yang dimiliki dapat dipahami dengan baik dan dapat dijalankan sebagaimana mestinya, maka strategi komunikasi dapat disusun secara baik pula.

Untuk mendapat dukungan masyarakat yang menjadi khalayak atau sasaran, maka arah kebijaksanaan dan strategi harus sesuai dengan aspirasi masyarakat.

Mengingat bahwa masyarakat terus berkembang dan berubah sesuai dengan tuntutan ruang dan waktu, maka konsep strategi dan kebijaksanaan harus

merupakan konsep yang bersifat dinamis untuk dapat menampung perkembangan-perkembangan yang baru, bahkan apabila perlu harus dapat disesuaikan pula. Untuk dapat menanggapi tuntutan-tuntutan baru yang ditimbulkan oleh perubahan keadaan atau zaman. Maka kita memerlukan strategi dan kebijaksanaan untuk dapat menunjang pencapaian tujuan dengan terlebih dahulu menetapkan:

- a. Sasaran yang hendak dicapai
- b. Jalan yang hendak ditempuh
- c. Sasaran-sasaran yang perlu disediakan
- d. Program-program yang didasarkan atas sarana yang tersedia.

Suatu perencanaan meliputi strategi tetapi menata pula tindakan-tindakan manajemen untuk bahan dalam melaksanakan suatu strategi, sedang dalam penetapan konsep dari manajemen itu. Hal ini penting mengingat bahwa perencanaan strategi menyangkut bagaimana membuat hal itu.

Rencana adalah paduan kegiatan, dimana pengarahan-pengarahan yang diberikan oleh suatu rencana harus senantiasa dikaji, terutama pada saat rencana itu sedang dalam implementasi, kadang-kadang penyesuaian (adaptasi) dari suatu rencana diperlukan, disebabkan oleh karena beberapa masalah dan kondisi lokal yang menyimpang dari yang ditetapkan lebih awal itu.

Selain itu, dalam penerapan strategi komunikasi perlu diketahui tujuan sentral strategi komunikasi seperti yang dikemukakan pada bab terdahulu maka menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnet dalam effendy (1990: 32) bahwa tujuan sentral komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama yaitu:

a. To Secure Understanding

Pertama adalah memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya.

b. To Establish Acceptance

andaikata ia sudah mengerti dan menerima, maka penerimanya itu harus dibina.

c. To Motivate Action

dan pada akhirnya kegiatan itu dimotivasikan.

2. Proses Komunikasi

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.

a. proses komunikasi secara primer adalah proses penyampain pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial (*gesture*), isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bahasa yang mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain. Apakah itu berbentuk idea, informasi atau opini; baik yang mengenai hal yang kongkret maupun yang abstrak; bukan saja tentang hal atau peristiwa yang terjadi sekarang, melainka juga pada waktu yang lalu dan masa yang akan datang.

Berdasarkan paparan diatas, pikiran dan atau perasaan seseorang baru akan diketahui oleh dan akan ada dampaknya kepada orang lain apabila ditransmisikan dengan menggunakan media primer"tersebut", yakni lambang-lambang. Dengan kata lain, pesan (*message*) yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terdiri atas isi (*content*) dan lambang (*symbol*). Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa. Akan tetapi, tidak semua orang pandai mencari kata-kata yang tepat dan lengkap yang dapat mencerminkan pikiran dan perasaan yang sesungguhnya. Selain itu, sebuah perkataan belum tentu mengandung makna yang sama bagi semua orang. Wilbur Schramm dalam effendi (1990: 13), seorang ahli komunikasi menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*), yakni paduan pengalaman dan pengertian (*collection of experiences and meanings*) yang pernah diperoleh komunikan. Menurutnya bidang pengalaman (*field of experience*) merupakan faktor yang penting dalam komunikasi. Jika bidang pengalaman komunikator sama dengan bidang pengalaman komunikan, komunikasi akan berlangsung lancar, sebaliknya bila pengalaman komunikan tidak sama dengan pengalaman komunikator, maka akan timbul kesukaran untuk mengerti satu sama lain.

b. Proses komunikasi secara sekunder.

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televise, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

Pada umumnya kalau kita berbicara dikalangan masyarakat, yang dinamakan media komunikasi itu adalah media kedua sebagaimana diterangkan diatas. Jarang sekali orang menganggap bahasa sebagai media komunikasi. Hal ini disebabkan oleh bahasa sebagai lambang (*symbol*) beserta isi (*content*) – yakni pikiran dan atau perasaan – yang dibawanya menjadi totalitas pesan (*message*), yang tampak tak dapat dipisahkan. Tidak seperti media dalam bentuk surat, telepon, radio, dan lain-lainnya yang jelas tidak selalu dipergunakan.

Adapun menurut Katz & Kahn dalam Ruslan (2003:83), yang mengemukakan komunikasi adalah pertukaran informasi dan penyampaian makna yang merupakan hal utama dari suatu sistem sosial atau organisasi. Jadi komunikasi sebagai” proses penyampaian informasi dan pengertian dari satu orang ke orang lain. Dan satu-satunya cara mengelolah aktivitas dalam suatu organisasi adalah melalui proses komunikasi”.

Lain halnya dengan M.T.Myers & G.E.Myers dalam Ruslan (2003: 83) mengemukakan bahwa komunikasi memungkinkan seseorang untuk mengkoordinasikan suatu kegiatan kepada orang lain untuk mencapai tujuan bersama. Akan tetapi komunikasi tidak hanya sekedar penyampain informasi/pesan dan pentransferan makna saja. Komunikasi mengandung arti suatu proses transaksional, yaitu komunikasi yang dilakukan seseorang dengan pihak lainnya dalam upaya-upaya mempertukarkan symbol/lambang, dan membentuk suatu makna serta mengembangkan harapan-harapannya.

Berkaitan dengan komunikasi menurut suatu teori umum komunikasi mengandung proses transaksional tersebut diatas, maka ada beberapa hal sebagai berikut:

a. Mempertukarkan Simbol.

Dalam berkomunikasi antara komunikator dan komunikan akan terjadi suatu pertukaran simbol atau bentuk lambang dengan pengertian yang sama, dan dapat disampaikan secara lisan ataupun tertulis. Dalam metode komunikasi organisasi, instruksi, perintah, pesan, dan informasi yang berasal dari atasan tersebut akan disampaikan dalam bentuk verbal melalui kata-kata yang diucapkan secara lisan atau tertulis, seperti laporan pekerjaan, peraturan admistrasi perusahaan, kebijakan umum pimpinan, petunjuk teknis pekerjaan dan lain sebagainya. Sedangkan secara non verbal, symbol tersebut dapat berbentuk bahasa tubuh seperti isyarat, mimie atau ekspresi wajah yang menggambarkan rasa senang atau tidak, marah atau gembira.

b. Membentuk makna tertentu.

Komunikasi itu bersifat transaksional dalam artian orang akan saling belajar satu dengan yang lainnya, tukar pengalaman atau pengetahuan mengenai simbol-simbol yang dimengerti dan membentuk suatu makna tertentu, yang hanya dapat dipahami oleh kedua belah pihak. Semakin sering orang berkomunikasi dengan pihak lainnya maka akan semakin banyak kesamaan makna diantara kedua belah pihak. Begitu pula dalam suatu organisasi, semakin banyak komunikasi dengan orang-orang disekitarnya, maka selanjutnya akan semakin besar pula kemungkinan untuk mengembangkan suatu kesepakatan (*consensus*), sehingga mampu menciptakan persepsi atau opini public yang positif.

c. Mengembangkan Harapan-harapan

yakni mempelajari simbol-simbol tersebut dan kemudian menghubungkannya dengan pengalaman yang diperoleh, serta mengamati dan menganalisis apa yang dilakukan pihak lain ketika menggunakan simbol-simbol tersebut, seseorang bukan hanya belajar untuk membentuk suatu makna, tetapi juga dapat mengembangkan suatu harapan atau ramalan yang akan dilakukan dan dipikirkan orang tersebut selanjutnya. Meskipun semua komunikasi mengandung unsur informasi, tetapi tidak semua informasi mempunyai nilai-nilai komunikatif. Informasi merupakan sebuah payung konsep dasar yang meliputi komunikasi, dengan demikian

jelas bahwa komunikasi merupakan salah satu tipe khusus dari informasi. Informasi itu sendiri berfungsi untuk mengenali pola-pola dan fungsi komunikasi. Memungkinkan tingkat realisasi dari sekian banyaknya informasi yang berkaitan dengan penerangan, pembicaraan, pemberitahuan dan berita atau publikasi dan lain sebagainya. Kesimpulannya fungsi sesungguhnya dari informasi adalah untuk mengurangi ketidakpastian dalam suatu sistem komunikasi di suatu lembaga atau organisasi.

3. Perumusan Strategi Komunikasi

Khalayak memiliki kekuatan (*power*) penangkal yang bersifat psikologi dan sosial bagi pengaruh yang berasal dari luar diri dan kelompoknya. Disamping itu khalayak tidak hanya dirangsang oleh adanya suatu pesan saja, melainkan banyak pesan dalam waktu yang bersamaan. Artinya terdapat juga kekuatan pengaruh dari pesan-pesan 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 efektifitas.

Jadi efek tidak lain dari paduan sejumlah kekuatan yang bekerja dalam keseluruhan proses komunikasi. justru itu, maka pesan sebagai satu-satunya yang dimiliki oleh komunikator harus mampu mengungguli semua kekuatan yang ada untuk menciptakan efektifitas. Kekuatan pesan ini, dapat didukung oleh metode penyajian, media dan kekuatan kepribadian komunikator sendiri.

Suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan tertentu. Menurut Adnanputra, Ahmad (2001:114) mengatakan bahwa strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produk suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan salah satu fungsi dasar dari proses manajemen. Jadi dalam merumuskan suatu strategi komunikasi, selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga terutama memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak. Itulah sebabnya maka langkah pertama yang harus diperlukan ialah mengenal khalayak atau sasaran, kemudian berdasarkan pengenalan serta komunikator dipilih sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada. Hal yang dimaksud selain agar kekuatan penangkal yang dimiliki khalayak dapat "dijinakkan" juga untuk mengalahkan kekuatan pengaruh dari pesan-pesan lain yang berasal dari sumber (komunikator) lain.

Agar pesan yang disampaikan kepada sasaran (*public*) menjadi efektif, Arifin, Anwar (1984:59) menawarkan strategi-strategi komunikasi sebagai berikut:

1. Mengenal khalayak

Untuk mencapai hasil positif dalam proses komunikasi, maka komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama dalam pesan metode dan media. Untuk menciptakan persamaan kepentingan tersebut, maka komunikator harus mengerti dan memahami, pola pikir (*frame of reference*) dan lapangan pengalaman (*field of experience*) khalayak secara tepat dan seksama, yang meliputi

- a) Kondisi Kepribadian dan kondisi fisik khalayak yang terdiri atas :
1. kondisi khalayak mengenai pokok persoalan
 2. pengetahuan khalayak untuk menerima pesan-pesan lewat media yang digunakan
 3. pengetahuan khalayak terutama pembendaharaan kata yang digunakan
- b) Pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai-nilai dan norma-norma dalam kelompok dan masyarakat yang ada.
- c) Situasi dimana kelompok itu berada.

Dalam observasi atau penelitian, publik dapat diidentifikasi dari berbagai segi, dari segi pengetahuan khalayak misalnya terdapat pesan-pesan yang disampaikan dapat ditemukan khalayak yang tidak memiliki pengetahuan, memiliki hanya sedikit, memiliki banyak, dan yang ahli tentang masalah yang disajikan. Sedang dari segi sikap khalayak terhadap isi pesan yang disampaikan dapat ditemukan khalayak yang setuju, ragu-ragu, dan yang menolak.

Demikian juga dari segi kesediaan khalayak menerima pengaruh, khusus mengenai inovasi, melalui penelitian dapat diperoleh identifikasi publik atau khalayak. Dalam hal ini Schoenfeld dalam Anwar(1984:60-61), mengemukakan klasifikasi khalayak sebagai berikut:

1. Innovator ataupun penemu idea adalah orang-orang yang kaya akan ide-ide baru, dan karenanya mudah atau sukar menerima ide baru dari orang lain.

2. Early adopters atau orang-orang yang cepat bersedia untuk mencoba apa yang dianjurkan kepadanya.
 3. Early Majority atau kelompok orang-orang yang mudah menerima ide baru asal saja sudah diterima orang banyak.
 4. Majority atau kelompok orang-orang yang mudah menerima atau menolak ide baru, terbatas pada suatu daerah.
 5. Non-adopters atau orang-orang yang tidak suka menerima ide baru dan mengadakan perubahan-perubahan atas pendapatnya yang semula
- Mengenal pengaruh kelompok dan nilai-nilai kelompok, memang merupakan hal yang harus dikenal dan diteliti oleh komunikator untuk menciptakan komunikasi yang efektif, sebab manusia hidup dalam dan dari kelompoknya.

Dalam identifikasi publik ini dapat dilihat, bahwa makin modern hidup seseorang semakin banyak kelompok referensinya (*reference group*), selanjutnya semakin luas pula lingkungan referencenya (*frame of reference*). Sebaliknya semakin semakin tradisional seseorang, maka semakin kecil kelompok referencenya, maka semakin kecil pula lingkungan referencenya. Artinya makin modern seseorang makin kurang dan renggang hubungannya dengan kelompok, sebaliknya semakin tradisional seseorang semakin kuat dan erat hubungan dalam kelompoknya.

Pengenalan mengenai khalayak atau manusia sangat diperlukan, unsur manusia dalam proses komunikasi adalah unsur yang sangat penting dan merupakan inti dari komunikasi.

2. Menyusun Pesan

Syarat-syarat yang perlu diperhatikan dalam menyusun pesan yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut, ialah mampu membangkitkan "perhatian". Hal ini sesuai dengan A.A. Procedure atau From Attention to Action Procedure. Artinya membangkitkan perhatian (*attention*), kemudian menimbulkan minat dan kepentingan (*interest*), sehingga banyak memiliki hasrat (*desire*) untuk menerima pesan yang dirangsang oleh komunikator, dan akhirnya diambil suatu keputusan (*decision*) untuk mengamalkan dalam tindakan (*action*).

Menurut Schramm (1984:68-69), syarat-syarat berhasilnya suatu pesan sebagai berikut:

- Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian yang ditujuakan.
- Pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang dirasakan pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga kedua pengertian bertemu.
- Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pada sasaran dan menyarankan cara-cara mencapai kebutuhan itu.
- Pesan harus menyarankan satu jalan untuk memperoleh suatu kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana kesadaran pada saat digerakkan untuk memberi jawaban yang dikehendaki.

Selanjutnya Schramm mengemukakan apa yang disebut *availability* (mudahnya diperoleh) dan *contrast* (perbedaan yang menyolok). Kedua hal

ini ditujukan terutama dalam penggunaan tanda-tanda komunikasi (*sign of communication*) dan penggunaan medium.

Availability, berarti pesan itu mudah diperoleh dalam persoalan yang sama orang selalu memilih yang paling gampang, yaitu tidak terlalu banyak meminta energi atau biaya. Sedang contrast menunjukkan, bahwa pesan itu disampaikan dengan menggunakan tanda-tanda dan medium memiliki perbedaan yang tajam dengan keadaan sekitarnya, sehingga ia kelihatan atau kedengaran sangat menyolok, dan dengan demikian mudah ditangkap oleh panca indra.

3. Menetapkan Metode

Setelah mengidentifikasi situasi dan kondisi khalayak serta telah menyusun pesan sedemikian rupa, maka tahap selanjutnya adalah memilih metode penyampaian yang sesuai. Pemilihan metode ini harus disesuaikan dengan bentuk pesan, keadaan khalayak, fasilitas dan biaya.

Arifin (1984:73) menawarkan metode komunikasi yang efektif yaitu:

1. Redundancy (*Repetition*)

Adalah mempengaruhi khalayak dengan cara mengulang-ulang pesan kepada khalayak. Dengan metode ini banyak manfaat yang dapat ditarik. Manfaat itu antara lain bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan itu, karena justru berkontras pada pesan yang diulang-ulang, sehingga ia akan lebih banyak menarik perhatian. Manfaat lainnya, bahwa khalayak tidak akan mudah melupakan hal yang penting disampaikan berulang-ulang itu. Selanjutnya dengan metode repetition ini, komunikator

memperoleh kesempatan untuk memperbaiki kesalahan-kesalahan yang tidak disengaja dalam penyampaian-penyampaian sebelumnya.

2. Canalizing

Untuk mempengaruhi khalayak haruslah lebih dahulu mengerti tentang kerangka referensinya dan lapangan pengalaman dari khalayak tersebut dan kemudian menyusun pesan dan metode sesuai dengan itu. Hal tersebut dimaksudkan, agar khalayak tersebut pada permulaan dapat menerima pesan yang dikehendaki. Maksudnya komunikator menyediakan saluran-saluran tertentu untuk menguasai motif-motif tertentu yang ada pada khalayak, juga termasuk dalam proses canalizing ialah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak.

3. Informative

Dalam dunia komunikasi massa dikenal salah satu bentuk pesan yang bersifat informatif, yaitu suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan cara (metode) memberikan penerangan. Penerangan berarti penyampaian suatu apa adanya, apa sesungguhnya. Dengan kata lain, penyampaian sesuatu sesuai dengan fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar. Jadi dengan penerangan (*information*) berarti pesan-pesan yang dilontarkan itu, berisi tentang fakta-fakta dan pendapat-pendapat yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, sehingga bagi komunikatif dapat diberi kesempatan untuk menilai, menimbang-nimbang dan mengambil keputusan atas dasar pemikiran-pemikiran yang sehat.

4. Persuasif

Persuasif berarti, mempengaruhi khalayak dengan cara membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikirannya, terutama perasaannya. Metode persuasif ini merupakan suatu cara untuk mempengaruhi komunikasi dengan tidak diberi kesempatan untuk banyak berfikir kritis, bahkan kalau perlu khalayak itu dapat terpengaruh secara tidak sadar (*suggestive*). Dengan demikian, metode ini komunikator terlebih dahulu menciptakan situasi di mana komunikan mudah terkena sugesti (*suggestible*). Untuk terjadinya sugesti pada individu atau khalayak dapat dipermudah dengan jalan:

1 Menghambat (*inhibition*)

2 Memecah belah (*dissociation*) proses berfikirnya.

Hambatan dalam proses berfikir terjadi karena:

a. kelelahan

b. perangsang-perangsang emosional.

5. Edukatif Method (metode pendidikan)

Salah satu usaha untuk mempengaruhi khalayak dari suatu pertanyaan umum yang dilontarkan, dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi: pendapat-pendapat, fakta-fakta, dan pengalaman-pengalaman. Metode ini dapat juga disebut metode mendidik. Mendidik berarti memberikan ide kepada khalayak, apa adanya dari segi kebenarannya, dengan disengaja, teratur dan berencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia kearah yang diinginkan.

6. Coorsive Menthod (kursif)

Yang berarti mempengaruhi khalayak dengan cara memaksa. Dalam hal ini khalayak dipaksa, tanpa perlu berfikir lebih banyak lagi, untuk menerima gagasan-gagasan atau ide-ide yang dilontarkan, oleh karena itu pesan dari komunikator ini selain pendapat-pendapat juga berisi ancaman-ancaman. Metode kursif ini biasanya dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, perintah-perintah, dan intimidasi-intimidasi dan untuk pelaksanaannya yang lebih lancar, biasanya dibelakangnya berdiri kekuatan yang cukup tangguh.

4. Seleksi dan Penggunaan Media

Sebelum suatu pesan atau kebijaksanaan lembaga disampaikan kepada masyarakat perlu dipertimbangkan tentang penggunaan media atau saluran yang paling efektif. Didalam ilmu komunikasi dikenal komunikasi langsung (*face to face*) dan media massa. Jika sasarannya hanya terdiri dari beberapa orang saja dan lokasinya dapat dijangkau saja digunakan komunikasi langsung, termaksud jika sasarannya internal publik biasa digunakan pertemuan-pertemuan. Jika sasarannya banyak orang dan tersebar dimana-mana, maka saluran yang sesuai adalah media massa.

Sebagaimana dalam penyusunan pesan kita harus selektif dalam artian menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak, maka dengan sendirinya dalam penggunaan mediapun harus demikian adanya.

4. Hambatan dalam Komunikasi

Dalam komunikasi, pada saat penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan sering terjadi tidak tercapainya pengertian sebagaimana yang dikehendaki, malah yang timbul adalah kesalahpahaman. Tidak dapat diterimanya pesan tersebut dengan sempurna dikarenakan perbedaan lambang atau bahasa antara apa yang dipergunakan dengan yang diterima. Atau terdapat hambatan teknis lainnya yang menyebabkan gagasan terhadap kelancaran sistem komunikasi kedua belah pihak.

Kreitner dalam Ruslan (2003:8), menerangkan empat macam hambatan yang dapat mengganggu dalam sistem komunikasi tersebut, yakni:

a. Hambatan dalam proses penyampaian (*procces barrier*)

Hambatan ini bisa datang dari pihak komunikator (*sender berrier*) yang mendapat kesulitan dalam penyampaian pesan-pesannya, tidak menguasai materi pesan, dan belum memiliki kemampuan sebagai komunikator yang handal. Hambatan ini bisa juga berasal dari penerima pesan tersebut (*receiver barriers*) karena sulitnya komunikan dalam memahami pesan itu dengan baik. Hal ini dapat disebabkan oleh rendahnya tingkat penguasaan bahasa, pendidikan, intelektual dan sebagainya yang terdapat dalam diri komunikan. Kegagalan komunikasi dapat pula terjadi dikarenakan faktor-faktor *feed back*-nya (hasilnya tidak tercapai), *medium barrier* (media atau alat dipergunakan kurang tepat) dan *decoding barrier* (hambatan untuk memahami pesan secara tepat.

b. Hambatan secara fisik (*physical barrier*)

Sarana fisik dapat menghambat komunikasi yang efektif, misalnya pendengaran kurang tajam dan gangguan pada sistem dan gangguan pada sistem pengeras suara (*sound system*) yang sering terjadi dalam suatu ruangan kuliah/seminar/pertemuan dll. Hal ini dapat membuat pesan-pesan tidak efektif sampai dengan tepat kepada komunikannya.

c. Hambatan semantik (*semantic barriers*)

Hambatan segi semantik (bahasa dan arti perkataan), yaitu adanya perbedaan pengertian dan pemahaman antara pemberi pesan dan penerima tentang satu bahasa atau lambang. Mungkin saja bahasa yang disampaikan terlalu teknis dan formal, sehingga menyulitkan pihak komunikan yang tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknisnya kurang. Atau sebaliknya, tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknis komunikator yang kurang.

d. Hambatan psiko-sosial (*psychosocial barrier*)

adanya perbedaan yang cukup lebar dalam aspek kebudayaan, adat-istiadat, kebiasaan, persepsi dan nilai-nilai yang dianut sehingga kecenderungan, kebutuhan serta harapan-harapan dari kedua belah pihak yang berkomunikasi juga berbeda. Misalnya, seorang komunikator (pembicara) menyampaikan kata "momok" yang dalam kamus besar bahasa Indonesia sudah benar. Nyatanya kata tersebut dalam bahasa sunda berkonotasi kurang baik. Jika kata tersebut diucapkan pada pidato/kata sambutan dalam sebuah acara formal yang dihadiri para pejabat, tokoh dan sesepuh masyarakat sunda, maka citra yang bersangkutan (komunkator) dapat turun karena adanya salah pengertian bahasa.

BAB III

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Pemerintahan Kota Makassar

Makassar pada awal berdirinya tahun 1804. bernama Makassar pernah berganti nama menjadi Ujung Pandang pada tahun 1971, kemudian berganti nama lagi menjadi Makassar pada tahun 2000 hingga kini. Melihat perkembangan Pemerintahan Kota Makassar saat ini tidak luput dari kilas sejarahnya yang dimulai

1. Pada Zaman Kerajaan:

- Pada abad XIV, Pemerintahan Kerajaan dan Wilayah Pemerintahan berada dibawah Kerajaan gowa.
- Raja Gowa IV, Pemerintahan Kerajaan dimana perkembangan Wilayah Kerajaan Gowa dibagi 2 (dua) yaitu Kerajaan Gowa dan Kerajaan Tallo, Pemerintahan Bagian Selatan oleh Kerajaan Gowa dengan pusat pemerintahan di Muara Sungai Tallo, dan Pemerintahan Bagian Utara oleh Kerajaan Tallo dengan pusat pemerintahan di Muara Sungai Tallo.
- Raja Gowa XVI, Pemerintahan Kerajaan Masih dibawah Kekuasaan Kerajaan Gowa, didirikan Benteng Sombaupu dibagian selatan dan Benteng Rotterdam

dibagian utara. Terjadi peningkatan aktivitas pada sektor perdagangan (lokal, Regional, Internasional), sektor politik dan sektor Pembangunan fisik. Pada masa ini merupakan puncak Kerajaan Gowa, dan dengan adanya perjanjian Bungaya pada masa yang sama, juga merupakan awal keruntuhan kerajaan Gowa.

2. Pada Zaman Kolonial Belanda

- Tahun 1903, Pemerintahan dipimpin oleh Gubernur, dengan wilayah pemerintahan "*Celebes on Onder Hoorigheden*" lingkup (Sulawesi dan sekitarnya) terjadi pembentukan pusat-pusat Pemerintahan Propinsi wilayah Sulawesi dan Maluku.
- Tahun 1906, Pemerintahan Gubernur, dengan wilayah pemerintahan rementeen Makassar (otonomi Makassar), ditetapkannya Makassar sebagai otonom untuk mengatur rumah tangganya sendiri.

3. Pasca Kemerdekaan

- Sebelum tahun 1971, Pemerintah dipimpin oleh Gubernur dengan wilayah kekuasaan Makassar, dijadikan status kotamadya Makassar dengan luas wilayah 2.499,8 Ha. Tumbuhnya pemukiman secara kosmetik denga proporsi luas penggunaan lahan sekitar 37,58%. Dengan 8 wilayah kecamatan yaitu:

Kecamatan Makassar, Mariso, Ujung Tanah, Ujung Pandang, Mamajang, Bontoala, Wajo, dan Kecamatan Tallo.

- Tahun 1971, Pemerintahan dipimpin oleh Walikota dengan wilayah Makassar pada saat itu terjadi perubahan nama Makassar menjadi Ujung Pandang, perluasan tiga wilayah kecamatan baru yaitu: Kecamatan Panakukang, tamalate, dan Biringkanaya.
- Tahun 1975, Pemerintahan dipimpin oleh Walikota, wilayah Pemerintahan Ujung Pandang dikembangkan secara khusus ke- wilayah Panakukang.
- Tahun 1980, Pemerintahan dipimpin oleh Walikota, wilayah Ujung Pandang, orientasi pengembangan Kotamadya Ujung Pandang sebagai kota dimensi yaitu: Kota Budaya, Kota Dagang, Kota Industri, Kota Akademi, dan Kota Pariwisata.
- Pada tahun 1997, Kota Ujung Pandang mengalami pemekaran wilayah kecamatan, yaitu: dari 11 kecamatan menjadi 14 wilayah kecamatan dan 142 Kelurahan dengan luas 17,577 Ha.
- Pada tahun 1999, tepatnya 13 Oktober berdasarkan Peraturan Pemerintah No.86/1999 Nama Ujung Pandang dikembalikan menjadi Kota Makassar dan sesuai UU 22/1999 luas wilayah bertambah kurang lebih 4 mil kearah laut 10.000 Ha, menjadi 27,577Ha.

- **Pejabat Walikota Kota Makassar dari zaman belanda samapai sekarang**

- a. Zaman Kolonial Belanda**

- 1) J.E Dambrink (1918-1927)

- 2) J.H.De Groot (1927-1931)

- 3) G.H.J. Beikenkamp (1931-1932)

- 4) Ir.F.C.Van Lier (1932-1933)

- 5) Ch.H.Ter Laag (1933-1934)

- 6) J.Lewis (1934-1936)

- 7) H.F.Brune (1936-1942)

- b. Zaman Jepang**

- 1) Yamasaki (1942-1945)

- c. Zaman NICA**

- 1) H.F.Brune (1945)

- 2) D.M.Van Zwieten (1945-1946)

- d. Zaman R.I.S Kesatuan**

- 1) J.M Qaimuddin (1950-1952)

- 2) J. Mawengkang (1951)

- e. Zaman R.I Kesatuan**

- 1) Sampara.Dg Lili (1951-1952)

- 2) Achmad Dara Syachhruddin (1952-1957)
- 3) M.Junus Dg. Mile (1957-1959)
- 4) Latif Dg. Massikki (191959-1962)
- 5) H.Arupala (1962-1965)
- 6) Ko.H.M.Dg.Patompo (1962-1976)
- 7) Kol.Abustam (1976-1982)
- 8) Kol.Janci Raib (1982-1988)
- 9) Kol.Suwayo (1988-1993)
- 10) Drs.H.B.Amiruddin Maula,SH.Msi (1999-2004)
- 11) H.Ilham Arief Sirajuddin,MM (2004-Sekarang)

B. SUSUNAN ORGANISASI PEMERINTAH KOTA MAKASSAR

1. Walikota
2. Wakil Walikota
3. Sekertaris Kota
4. Kelompok Jabatan Fungsional
5. Asisten Bid. Pemerintahan
 - a. Bagian Tata Pemerintahan
 - Subag Pemerintahan Umum
 - Subag Bina Pemerintahan Kecamatan dan Kelurahan

- Subag Pertanahan
 - b. Bagian Hukum
 - Subag produk Hukum
 - Subag Bantuan Hukum
 - Subag Dokumentasi dan Informasi Hukum
 - c. Bagian Organisasi dan Tatalaksana
 - Subag Kelembagaan
 - Subag ketatalaksanaan
 - Subag Analisis Jabatan
 - d. Bagian Humas
 - Subag pemberitaan
 - Subag Dokumentasi
 - Subag Distribusi
6. Asisten Bidang Ekonomi, Pembangunan dan Sosial
- a. Bagian Perekonomian dan Pembangunan
 - Subag Pembinaan perusda
 - Subag Pengendalian Pelaksanaan Pembangunan
 - Subag Dampak Pembangunan
 - b. Bagian Kesra

- Subag Pembinaan Mental Spiritual
 - Subag Kepemudaan
 - Subag Pembinaan Olah Raga
 - c. Bagian Pemberdayaan Perempuan
 - Subag Pengurustamaan Gender
 - Subag Program Pemberdayaan
7. Asisten Bidang Administrasi
- a. Bagian Umum
 - Subag Tata Usaha Pimpinan
 - Subag Rumah Tangga
 - Subag Protokol
 - b. Bagian Kepegawaian
 - Subag Tata Usaha Kepegawaian
 - Subag Mutasi
 - Subag Kinerja dan Kesejahteraan Pegawai
 - c. Bagian Keuangan
 - Subag Anggaran
 - Subag Pembendaharaan
 - Subag Verifikasi dan Pembukuan

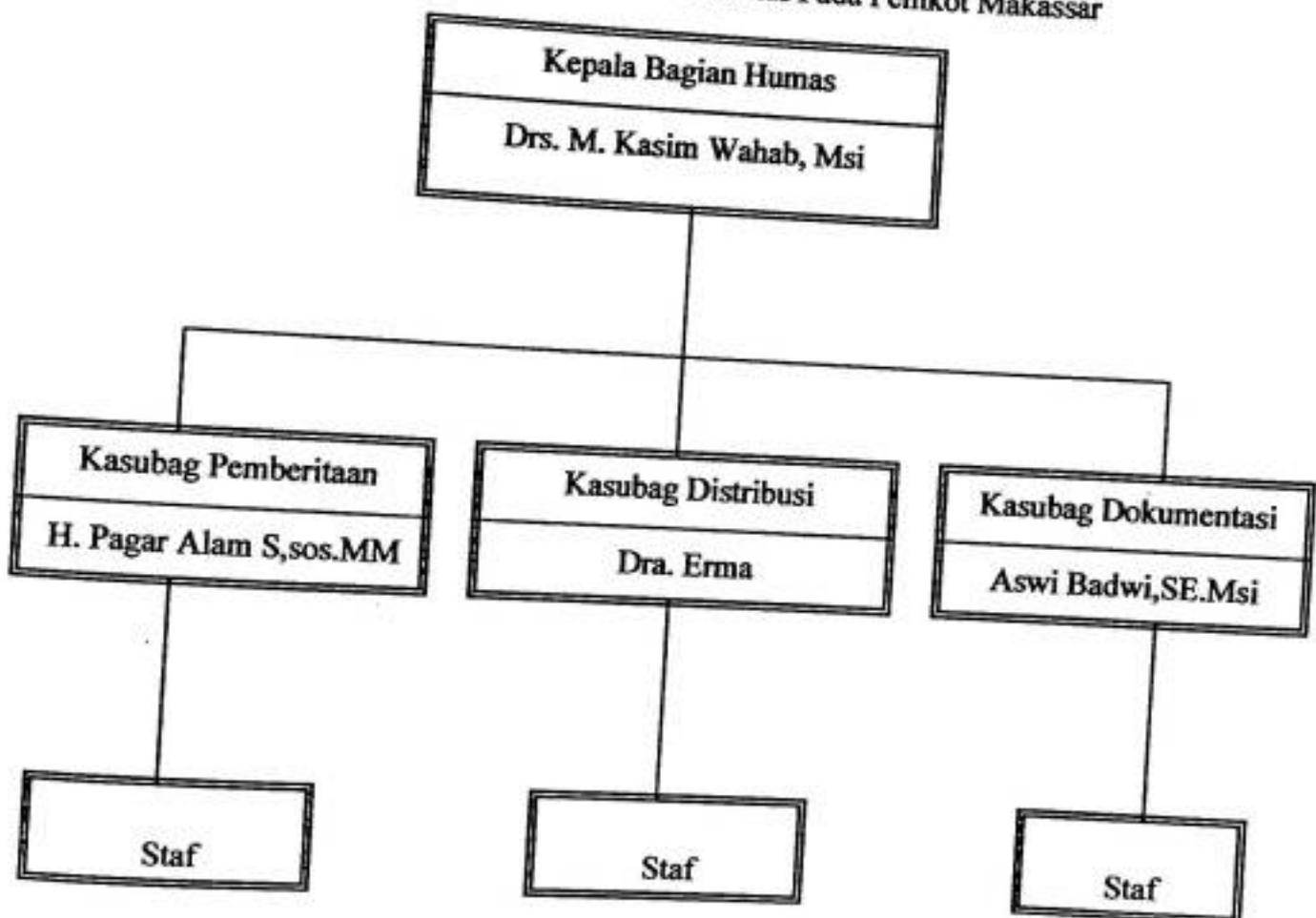
d. Bagian Perlengkapan

- Subag Analisa Kebutuhan dan pengadaan
- Subag Umum dan Inventarisasi Asset
- Subag Penyimpanan dan Distribus

C. Humas Pada Organisasi Pemerintahan Kota Makassar

a. Struktur Organisasi Dan Uraian Tugas Biro Humas

Berikut Gambar Struktur Organisasi Biro Humas Pada Pemkot Makassar



Sumber: Biro Humas Pemkot Makassar Tahun 2008

Hubungan masyarakat (Humas) pada organisasi Pemerintahan kota Makassar telah diatur uraian tugasnya dalam keputusan Walikota Makassar No.4 tahun 2001 pasal 31,32,33,34 yakni tentang uraian tugas Kepala dan sub Bagian pada Sekretariat Daerah dan Sekretariat Dewan Perwakilan Daerah.

Hal tersebut berdasarkan pada keputusan Gubernur kepala Daerah Tingkat I Sulawesi Selatan Nomor 811/X/1982 tanggal 27 Oktober 1982 tentang pembentukan bagian humas pada sekretariat Wilayah/Daerah Tingkat I dan sekretariat Kotamadya/Daerah Tingkat II di Sulawesi Selatan.

Berikut Uraian Tugas Biro Hubungan Masyarakat Pemkot Makassar.

Pasal 31

- a. Kepala Bagian/Biro Hubungan Masyarakat;
- b. Sub Bagian Penyebarluasan Informasi dan Protokol;
- c. Sub Bagian Monitoring Perkembangan Masyarakat.

Pasal 32

- 1) Kepala Bagian Humas sebagaimana dimaksud dalam pasal 31 huruf "a" mempunyai tugas merencanakan dan mengkoordinasikan penyusunan dan pedoman dan petunjuk teknis pembinaan hubungan masyarakat guna memperjelas kebijakan Pimpinan Pemerintah Kota.
- 2) Uraian tugas sebagaimana yang dimaksud dalam ayat (1) pasal ini adalah:
 - a. Menyusun rencana kerja Bagian Humas sebagai bahan acuan dalam pelaksanaan tugas;

- b. Membagi habis tugas kepada bawahan sesuai bidangnya untuk kelancaran pelaksanaan tugas;
- c. Mengawasi dan memeriksa pekerjaan bawahan agar hasil yang dicapai sesuai sasaran yang telah ditetapkan;
- d. Mengkoordinasikan pelaksanaan kerja dibidang kehumasan dengan instansi terkait sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- e. Melakukan pembinaan terhadap penyebarluasan informasi baik melalui media cetak maupun media elektronik guna memperjelas kebijaksanaan Pemerintah Kota;
- f. Melaksanakan jumpa pers dan bekerja sama dengan public pers;
- g. Melaksanakan pemantuan dan pengkajian informasi dan administratif perjalanan dinas pimpinan Pemerintah Daerah;
- h. Menelaah peraturan perundang-undangan dibidang kehumasan;
- i. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan untuk mendukung kelancaran tugas;
- j. Melaporkan hasil pelaksanaan tugas Bagian Humas dan memberi saran pertimbangan kepada atasan sebagai bahan peraturan kebijaksanaan lebih lanjut.

Pasal 33

- (1) Sub bagian Penyebarluasan Informasi dan Protokol sebagaimana yang dimaksud dalam pasal 31 huruf "b" mempunyai tugas melakukan penyebarluasan informasi melalui media cetak maupun media elektronik guna memperjelas kebijakan Pemerintah Daerah dan mendistribusiakan bahan-bahan

penerbitan, melakukan urusan penyusunan acara serta administrasi perjalanan dinas Pimpinan Pemerintah Daerah.

(2) Uraian Tugas sebagaimana yang dimaksud dalam ayat (1) pasal ini adalah:

- a. Melakukan penyebarluasan informasi baik melalui media cetak maupun media elektronik guna memperjelas kebijakan Pemerintah Daerah;
- b. Melakukan usaha untuk mengesahkan pendapat umum dalam menunjang pelaksanaan kebijakan Pemerintah Daerah;
- c. Mempersiapkan data/bahan dalam rangka penyelenggaraan jumpa pers secara berkala;
- d. Mengumpulkan pemberitaan melalui media cetak (kliping) atas permasalahan Pemerintah Daerah dalam suatu daftar untuk memberikan informasi bila mana ada pihak yang memerlukan;
- e. Mencatat tamu-tamu pada buku tamu;
- f. Mempersiapkan penyelenggaraan penerimaan tamu pemerintah daerah baik protokoler maupun tamu lainnya;
- g. Mengkoordinasikan dan mempersiapkan susunan acara, upacara, ataupun rapat-rapat dinas;
- h. Mempersiapkan data/bahan acara tahunan Pemerintah Daerah, Penyerahan bingkisan/penghargaan, pelantikan dan sumpah jabatan, berita acara serah terima jabatan Pemerintah Daerah atau Instansi lainnya;
- i. Melakukan kerjasama dengan instansi terkait dalam bidang protokoler;

- j. Mempersiapkan Surat Pemerintah Perjalanan Dinas (SPPD) bagi pejabat/pegawai dalam lingkungan Pemerintah Daerah serta perhitungan biaya perjalanan dinas dalam negeri atau perjalanan dinas ke luar negeri;
- k. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan untuk mendukung kelancaran pelaksanaan tugas;
- l. Membuat laporan hasil pelaksanaan tugas sub bagian Penyebarluasan Informasi dan protocol dan memberi saran pertimbangan kepada atasan sesuai bidang tugasnya.

Pasal 34

- (1) Sub bagian monitoring perkembangan masyarakat sebagaimana dimaksud dalam pasal 31 huruf "c" mempunyai tugas melakukan monitoring perkembangan masyarakat baik melalui media cetak maupun media elektronik dan analisa monitoring dan informasi untuk bahan kebijakan Pimpinan Daerah.
- (2) Uraian tugas yang dimaksud dalam ayat (1) pasal ini adalah:
 - a. Melakukan monitoring perkembangan masyarakat baik melalui media cetak maupun media elektronik dengan cara menghimpun dan mengkoordinasikan informasi antara Pemerintah Daerah, masyarakat umum dan organisasi kemasyarakatan;
 - b. Mempersipkan data/bahan untuk pemberian anggaran terhadap pembaca dimedia massa;

- c. Menyaring informasi Pemerintah Daerah yang melalui media cetak/media elektronik dengan tata cara tertentu untuk memperoleh data/informasi yang benar;
- d. Mengadakan koordinasi dengan instansi terkait dalam rangka menghimpun/mengsynchronkan data/bahan informasi sebagai bahan penyajian data;
- e. Memelihara data statistik bidang perkembangan masyarakat dalam bentuk tabel dan grafik sebagai bahan informasi;
- f. Melakukan perekaman serta membina dokumentasi;
- g. Melayani permintaan pers berdasarkan disposisi atasan untuk memberikan bahan informasi;
- h. Menjaga kerahasiaan data yang dianggap rahasia oleh atasan;
- i. Menyelenggarakan tata usaha serta melaksanakan urusan kepegawaian, urusan keuangan dan urusan rumah tangga lainnya;
- j. Melaksanakan tugas kedinasan lainnya yang diperintahkan oleh atasan untuk mendukung kelancaran pelaksanaan tugas;
- k. Membuat laporan hasil pelaksanaan tugas sub bagian monitoring perkembangan masyarakat dan memberi saran pertimbangan kepada atasan sebagaimana bidang tugasnya.

b. keadaan Pegawai Pada Bagian Humas Pemerintah Kota Makassar
berikut ini penulis memebrikan uraian mengenai keadaan pegawai pada Bagian Humas Pemerintah Kota Makassar sebagai berikut:

Tabel 3.1.
Keadaan Pegawai Bagian Humas Pemkot Makassar Dilihat dari pangkat/golongan

No	Golongan/Pangkat	Banyaknya(Orang)	
		Frekuensi	Persentase(%)
1.	I/b	-	-
2	II/a	1	3,70
3	II/c	-	-
4	II/d	-	-
5	III/a	2	7,41
6	III/b	-	-
7	III/c	2	7,41
8	III/d	3	11,11
9	IV/a	1	3,70
10	T.Kontrak	12	44,44
11	Sukarela	6	22,22
Jumlah		27	100,00

Sumber: Bagian Humas Pemerintah Kota Makassar Tahun 2008

Dari data tabel diatas, diperoleh bahwa golongan atau pangkat pegawai pada bagian Humas Pemerintah Kota Makassar tahun 2008 yang paling banyak adalah golongan pegawai tenaga kontrak sebanyak 12 orang. Hal ini disebabkan

oleh adanya keinginan Pemerintah Kota Makassar untuk profesional dan efisien dalam melaksanakan tugasnya. Pegawai kontrak ini dikontrak untuk jangka waktu tertentu. Jika mereka berkualitas melaksanakan tugas selama masa kontrak maka mereka akan dipertahankan, namun jika dalam masa tugas mereka tidak menunjukkan kinerja yang baik maka untuk selanjutnya kontrak mereka tidak akan diperpanjang lagi. Mengenai pegawai kontrak ini Kabag Humas berpendapat bahwa Pemkot Makassar menggunakan sistem pegawai kontrak ini karena tidak ingin merugikan Negara selama 25 tahun untuk masa tugas seorang pegawai negeri.

Untuk selanjutnya golongan terbanyak yang berada pada urutan kedua adalah tenaga sukarela sebanyak 6 orang, kemudian III/a, III/c, masing-masing 2 orang, III/d 3 orang, II/a satu orang, IV/a satu orang

Tabel 3.2

Kedudukan Pegawai Hubungan Masyarakat Pada kantor
Pemerintah Kota menurut Tingkat Pendidikannya.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah
1	SD	-
2	SMP	-
3	SLTA	12
4	STRATA SATU (S1)	12
6	S2	3
Jumlah		27

Dari data diatas, dapat kita lihat pegawai pada bagian Humas Pemerintah Kota Makassar Tahun 2008 dari tingkat pendidikannya, yang paling banyak dari

tingkat SLTA dan Strata Satu (S1) masing-masing 12 orang, dari tingkat pendidikan pasca sarja (S2) 3 orang sedangkan yang berpendidikan SD dan SMP tidak ada.

D. STRUKTUR GMGM

PELINDUNG

Walikota Makassar

PENASEHAT

Sekretaris Daerah Kota Makassar

Asisten I

Asisten II

Asisten III

Ketua Bappeda Makassar

Kepala Dinas Pendidikan Makassar

Kepala Badan Arsip, Perpustakaan & Pengolahan Data

Kepala Perpustakaan Makassar

PENGARAH

DR. Hj. Marwah Daud Ibrahim, MA

DR. H. Marzuki SE, DEA

Ir. Farouk Mappaseling Betta

Rahman P. Sip

KONSULTAN TEKNIS

Drs. Kasim Wahab, Msi

Dra. Hj. Rahmatia Rasyid, M.Pd

Ir. Fauzi, Msi

Drs. H.M. Natsir Azis, M.Pd

Drs. Kaharuddin

Drs. Mahmud DM, M.Pd



Ir. Suwiknyo H S, M.Pd

Sunarti Sain

M. Taufiq NR

Canny FD Watae

A. Nur Fitri Balasong

TEAM PELAKSANA

GERAKAN MAKASSAR GEMAR MEMBACA

Project Officer : Wachyudi Muchsin, SH, S.Ked

Wkl. Project Officer : Hasan Has, S.Sos

Sekretaris : Yuli Irmawati Putri, ST

Wkl. Sekretaris : Ambo Aspa

Bendahara : Nurjannah

Wkl. Bendahara : Andi Risnawati Ramli, ST.

: Andi Ian Latanro,

Novita Kumala Sari

Hasan

Kerabat Kerja : Yashinta Kumala Dewi, ST

Solihin Yusuf

Ranu

Asyurah

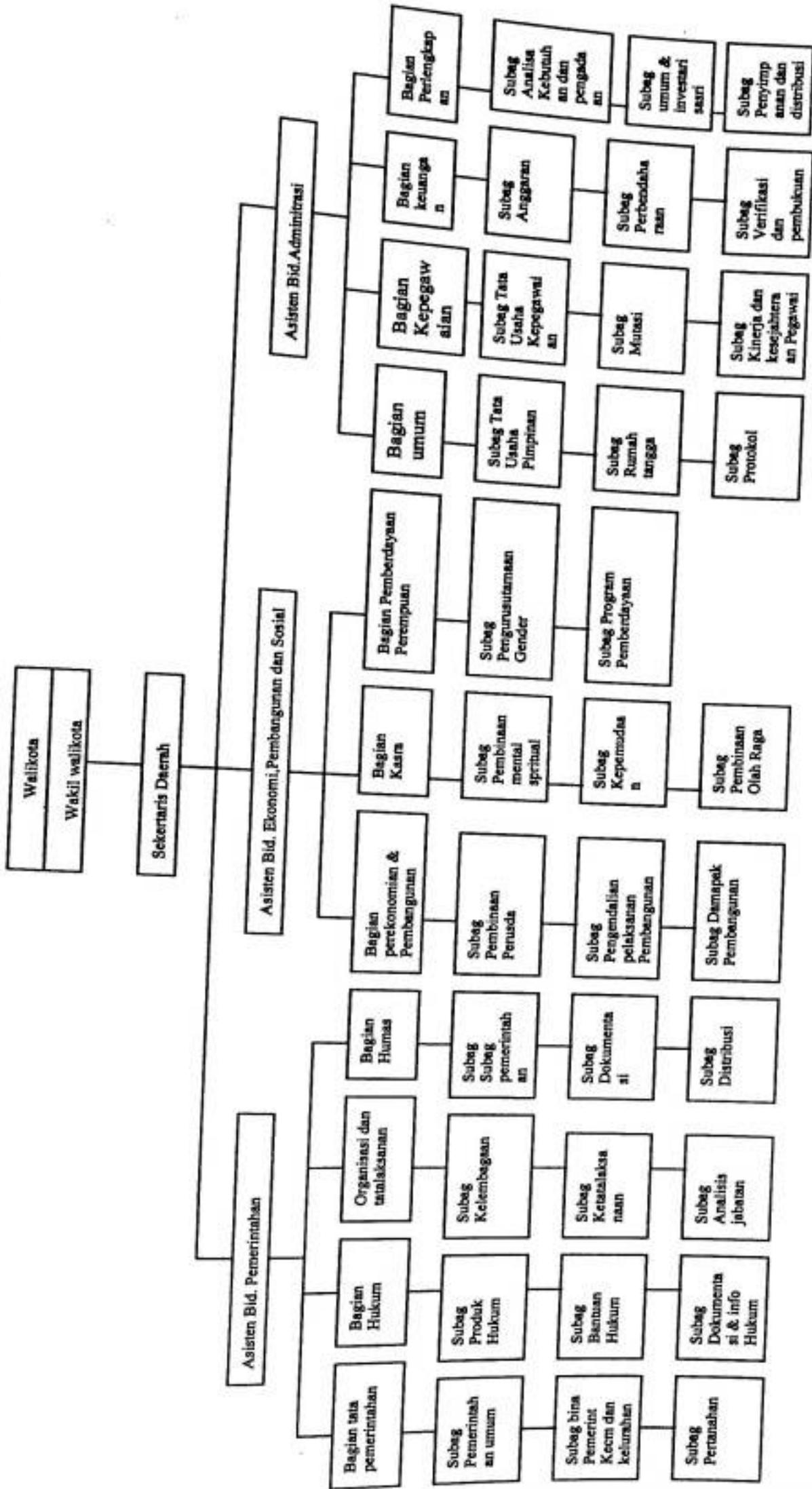
Nursyamsuar M., ST.

Andi Wahyudhi MA., ST.

Haslinda Ayyub, ST.

Aisyah Sukmawati, ST.

STUKTUR ORGANISASI PEMERINTAHAN KOTA MAKASSAR



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

1. Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Makassar Dalam Mensosialisasikan "Gerakan Makassar Gemar Membaca".

Setelah penulis melakukan penelitian selama kurang lebih dua bulan dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi secara langsung, wawancara mendalam dengan beberapa narasumber yang berkaitan dengan penelitian ini, serta dilengkapi dengan dokumentasi, maka syukur Alhamdulillah penulis berhasil memperoleh data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Berdasarkan data yang penulis dapatkan pada lokasi penelitian, maka dalam bab ini penulis akan memaparkan sejumlah hasil penelitian tentang strategi komunikasi Humas Pemerintah Kota Makassar dalam mensosialisasikan "Gerakan Makassar Gemar Membaca".

Pada dasarnya tujuan komunikasi dilihat dari berbagai aspek dalam kampanye dan propaganda baik untuk keperluan promosi maupun publikasi yang bertujuan tidak lain untuk menciptakan pengetahuan, pengertian, pemahaman, minat, dan dukungan dari berbagai pihak untuk memperoleh citra bagi lembaga atau organisasi yang diwakilinya.

Tujuan yang paling mendasar dari kegiatan komunikasi adalah menciptakan pemahaman. Setiap anggota organisasi berkewajiban

menjadikan khalayak organisasinya memahami kehadiran organisasi secara keseluruhan dan diharapkan pada akhirnya akan dicapai suatu pengetahuan yang menumbuhkan pemahaman timbal balik yang bersangkutan dengan segenap khalayak.

Untuk mencapai tujuan dalam mensosialisasikan "Gerakan Makassar Gemar Membaca", maka Humas Pemkot perlu didukung oleh suatu strategi komunikasi yang efektif agar hal-hal yang disampaikan dalam rangka sosialisasi GMGM ini dapat disampaikan dengan baik kepada masyarakat. Dalam hal ini pengenalan khalayak

Hal ini diungkapkan oleh Humas Pemkot Makassar Kasim Wahab:

"yang menjadi tujuan pertama sosialisai GMGM ini adalah masyarakat makassar pada umumnya. Dimulai dari jenjang pendidikan SD,SMP,SMA maupun masyarakat umum lainnya hingga dari kalangan yang berpenghasilan minim sekalipun(tukang becak). Sosialisasi dilakukan dengan melakukan pertemuan-pertemuan,seminar-seminar dan diskusi, pembentukan taman baca di 14 kecamatan dikota Makassar, pengadaan perpustakaan keliling, penyelenggaraan Even-Even minat baca serta pengadaan warung-warung baca.

Sama halnya yang diungkapkan Wahyudin Muchsin Pilot Project

GMGM:

" khalayak yang menjadi tujuan utama sosialisasi program ini adalah seluruh masyarakat kota Makassar dan masyarakat kurang mampu, karena pada masyarakat ini tingkat pemenuhan pengetahuan masih sangat minim karena biaya pendidikan yang mahal.

Namun menurut Nuraini Ma'mur selaku Kepala Kantor Arsip

Daerah kota Makassar:

" sosialisasi "Gerakan Makassar Gemar Membaca" ini kami kondisikan dengan setiap daerah yang kita promosikan, misalnya saja pada daerah pinggiran pantai. Kami melakukan kampanye di daerah Barombong Baru-

Selanjutnya: dikatakan bahwa pesan adalah mengingatkan tentang tujuan minat baca yang sesungguhnya itu untuk memperluas wawasan ilmu pengetahuan masyarakat.

Misalnya saja slogan untuk "Gerakan Makassar Gemar Membaca" yang biasa terlihat pada spanduk-spanduk atau kegiatan acara yang dilakukan oleh pemerintah kota menyangkut program "GMGM" misalnya:

"Ayo ke taman baca"

"Budayakan Minat baca sejak dini"

Pesan yang disampaikan kepada khlayak ini bisa dikatakan sebagian besar berisi seruan pkanada msyarakat untuk mengnjungi pusat-pusat taman baca ataupun perpustakaan umum lainnya ini diharapkan untuk membuat masyarakat lebih mencintai membaca dipusat-pusat taman baca yang pemerintah kota telah canangkan.

Selama ini pesan-pesan yang disampaikan oleh Humas Pemerintah Kota sendiri masih terlihat sepihak, artinya masih banyak sebagian masyarakat yang belum bisa ataupun tidak mengetahui peraturan untuk menjadi anggota dikarenakan pengurusan anggota yang begitu berbelit-belit kepada masyarakat belum lagi mereka yang berstatus kalangan bawah yang merasa susah untuk mendatangi taman baca tersebut karena terlihat begitu formal. Penyampaian pesan ini pula yang dilakukan oleh humas sehingga sebagian masyarakat kurang dapat direspon ketidakjelasan dari proses penerimaan anggota perpustakaan yang jelas.

Seperti yang diungkapkan Dg Agung salah satu tukang becak yang pernah mengikuti lomba membaca yang diadakan oleh Pemerintah Kota Makassar dalam mengkampanyekan "Gerakan Makassar Gemar Membaca".

" bagi saya untuk masuk diperpustakaan saja, saya merasa asing dan tidak mengerti akan peraturan yang ada, takutnya kami tidak akan dilayani karena kami dari kalangan masyarakat kelas bawah. Ungkapnya. Jadi saya memang tidak pernah mencoba untuk masuk keperpustakaan umum pemerintah karena perasaan canggung.

Langkah selanjutnya setelah menyusun pesan adalah menetapkan metode dalam strategi komunikasi. Dalam hal ini Humas Pemerintah Kota Makassar Kasim Wahab mengatakan Bahwa:

"Dalam menetapkan metode, kami memilih metode pengulangan dalam hal ini sosialisasi " Gerakan Makassar Gemar Membaca" diinformasikan dan disampaikan kepada masyarakat secara terus menerus selama kegiatan sosialisasi berlangsung. Dengan harapan ini dapat menimbulkan dukungan dan partisipasi dari masyarakat".

Senada dengan yang diungkapkan oleh Wahyudin Muchsin:

"Sosialisasi terhadap "Gerakan Makassar Gemar Membaca" ini akan terus dilakukan secara berulang-ulang. Kami tetap mengharapkan dukungan dari seluruh lapisan masyarakat."

Sama halnya dengan kedua informan di atas, menurut Nuraini Ma'mur :

"Metode yang digunakan adalah metode pengulangan, dengan demikian cara seperti ini dapat cepat mempengaruhi publik secara menyeluruh."

Dari adata di atas dikatakan bahwa, dalam mensosialisasikan program "Gerakan Makassar Gemar Membaca", Humas Pemerintah Kota menggunakan metode pengulangan atau *Recudancy (Repetition)*. Pesan-pesan yang terkait dengan program "Gerakan Makssar Gemar Membaca", disampaikan kepada

masyarakat secara berulang-ulang kali, dengan demikian diharapkan dapat mempengaruhi khalayak untuk dapat memperhatikan kesan yang disampaikan.

Menurut Ridha Rasyid, salah satu staf Humas Pemerintah Kota Makassar, bahwa setiap program Pemerintah Kota, Humas mempersiapkan program jangka panjang dan jangka pendek.

Menurutnya, jangka panjangnya pemerintah ingin Makassar menjadi laboratorium baca di Indonesia, jangka menengahnya ialah kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam kurung satu tahun anggaran berjalan artinya kegiatan yang telah dan hingga saat ini sedang lakukan, jangka pendeknya berupa sosialisasi yang dilakukan.

Keberhasilan sosialisasi "Gerakan Makassar Gemar Membaca" ini dapat diukur derajat keberhasilannya apabila keterlibatan masyarakat atau dukungan masyarakat dalam peningkatan minat baca.

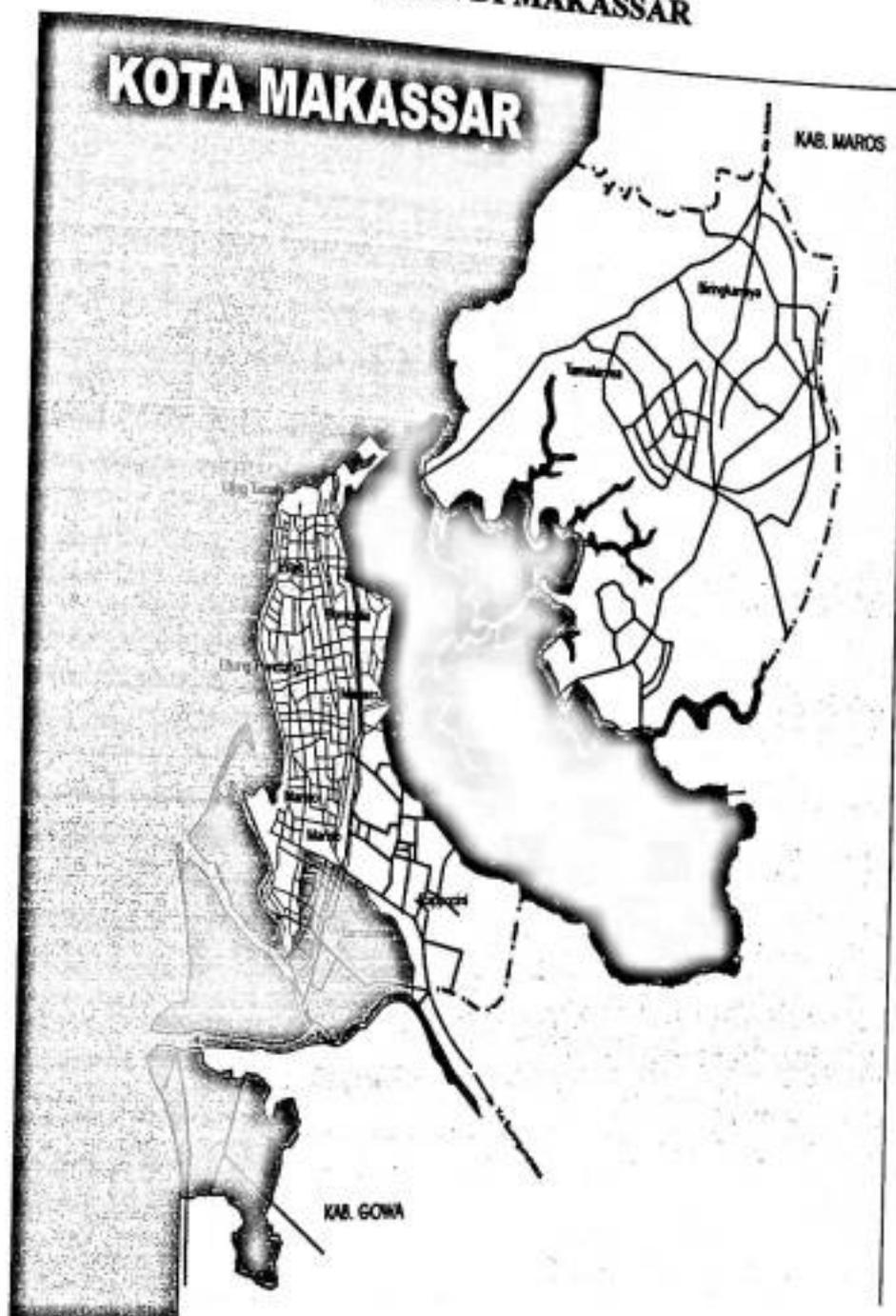
Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam mensosialisasikan "Gerakan Makassar Gemar Membaca" yang dilakukan oleh pemerintah diantaranya :

- Sosialisasi peningkatan minat baca dirangkaikan dengan peluncuran uji coba mobil perpustakaan keliling sergta pameran buku.
- Lomba mewarnai dan menggambar tingkat TK, SD, dan SMP.
- Launching Taman Baca 14 Kecamatan dan perpustakaan anak dan perpustakaan pegawai.
- Bimbingan teknis pengelola perpustakaan/Taman Baca.

- Gelar Minat Baca drangkaikan Talkshow yang dihadiri Duta Baca Indonesia.
- Lomba Kreatif Anak (tingkat TK dan SD).
- Sosialisasi Peningkatan Minat Baca terhadap anjal dan gepeng di Kota Makassar.
- Gelar Minat Baca dengan tema Gerakan ibu suka membaca.

Adapun lokasi 14 kecamatan yang didirikan oleh Pemerintah Kota Makassar untuk menunjang peningkatan minat baca di Kota Makassar yang mana setiap lokasi ini dibentuk pula Taman Baca di Kota Makassar.

**LOKASI PENGADAAN TAMAN BCA YANG TERSEBAR DI 14
KECAMATAN DI MAKASSAR**

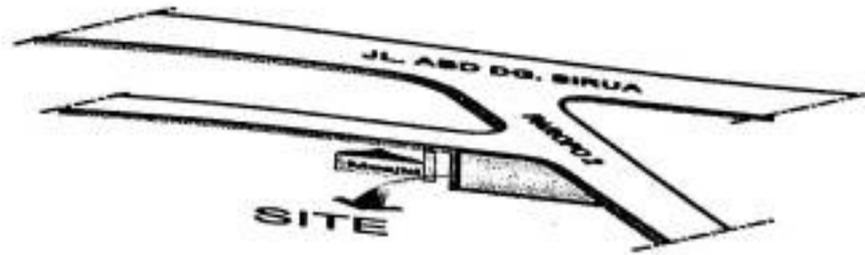


- Kecamatan Panakukang

ALTERNATIF 1

Lokasi berada di area permukiman penduduk / perumahan

Berupa bangunan rumah panggung (baruga) ukuran 10x10



ALTERNATIF 2

Lokasi berada di Sekretariat KNPI Makassar



- Kecamatan Tamalate

Lokasi berada di area permukiman penduduk

Berupa bangunan rumah panggung (baruga) ukuran 7x9m

Ruangan yang direkomendasikan 4x7m

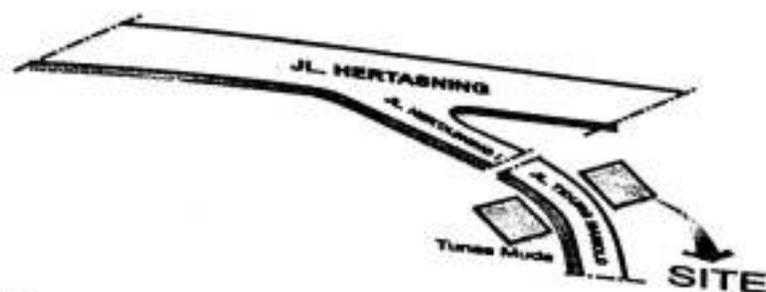


- Kecamatan Rappocini

Lokasi berada di area permukiman penduduk

Bangunan berukuran 3x3m

Saat ini digunakan sebagai sekretariat karang taruna



- Kecamatan Bontoala

ALTERNATIF 1

Jl. Sembilan

Merupakan tempat pertemuan masyarakat ukuran 10x10m

Terletak di pemukiman kumuh

ALTERNATIF 2

Jl. Kande

Tanah kosong

Terletak di pemukiman padat

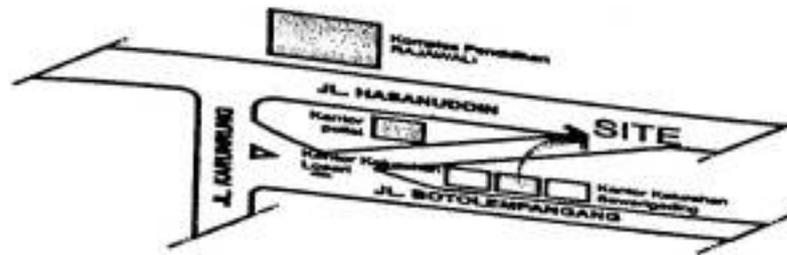


- Kecamatan Ujung Pandang

Lokasi berada di area pendidikan dan fasilitas sosial

Berupa tanah kosong ukuran 7x7m

Berada di antara Kantor Kelurahan Losari dan Sawerugading



- Kecamatan Makassar

Berupa bangunan yang dikelola oleh Badan Keswadayaan Masyarakat "Julu Ati"

Bangunan ukuran 7x5m



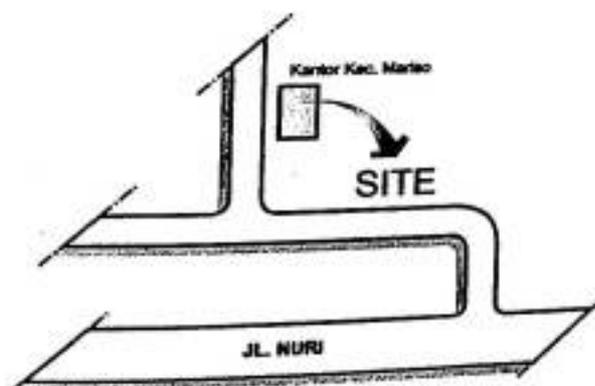
- Kecamatan Mariso

Lokasi berada di area permukiman penduduk

Ruangan yang direkomendasikan adalah ruang aula kecamatan Mariso

Ruangan ukuran 4x4.5m

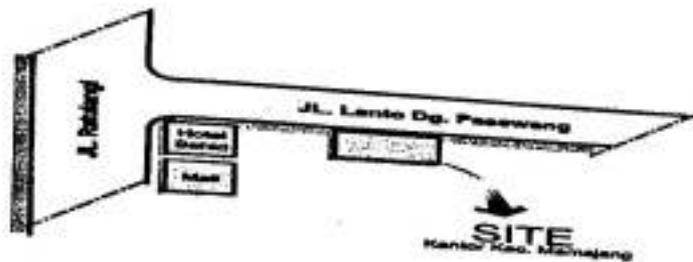
Kondisi 80 %



- Kecamatan Mamajang

Lokasi berada di area publik dan sosial

Ruangan yang direkomendasikan adalah *car port* Kantor Kecamatan Mamajang ukuran 4x3m

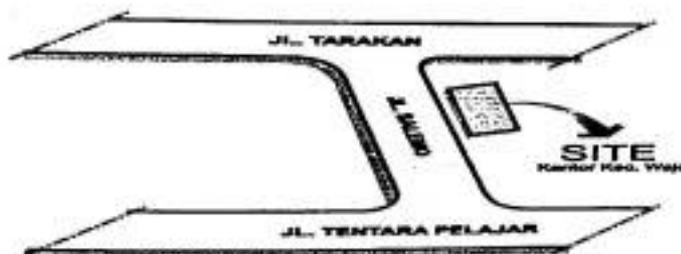


- Kecamatan Wajo

Lokasi berada di area perbukitan penduduk

Tempat terpilih di kantor lurah Malimongan Tua

Berupa bangunan rumah tipe 36



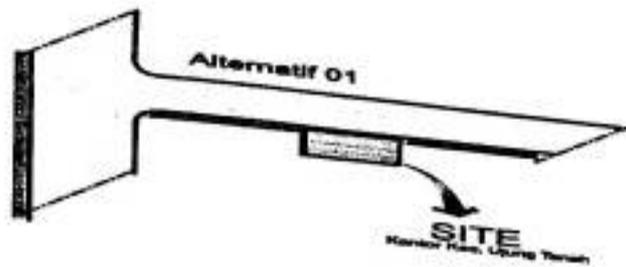
- Kecamatan Ujung Tanah

ALTERNATIF 1

Kantor Kecamatan Ujung Tanah

Digunakan sebagai ruang istirahat

Dua ruangan ukuran 3x3m

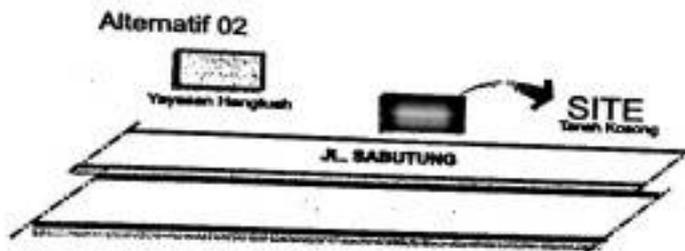


ALTERNATIF 2

Jl. Sabutung

Tanah kosong ukuran 7x7m

Berada di sekitar pemukiman padat penduduk



- Kecamatan Manggala

Lokasi berada di depan Kantor Lurah Antang

Berupa tanah kosong ukuran 7.5x10m

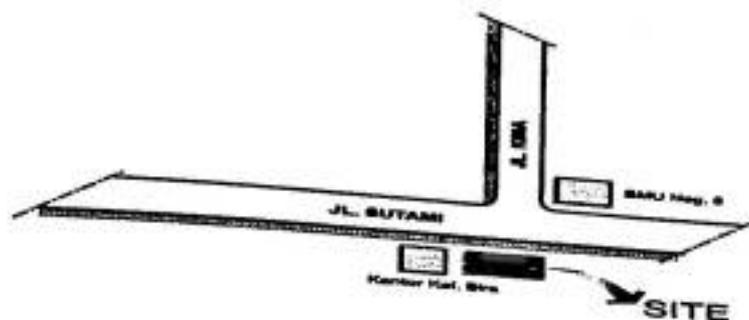
Jauh dari pemukiman

Depan pekuburan Cina Antang



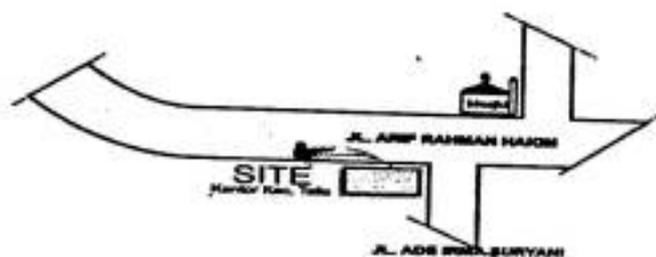
- Kecamatan Tamalanrea

Lokasi berada di samping Kantor Bira

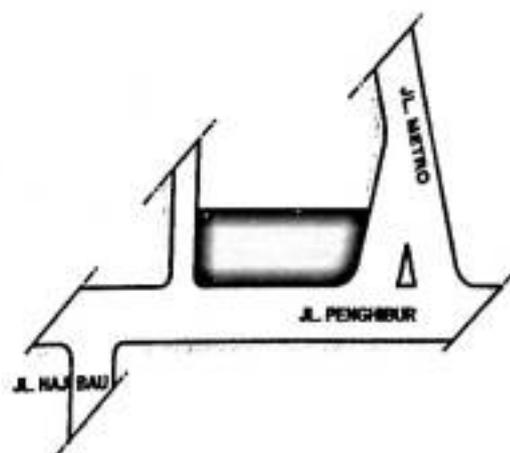
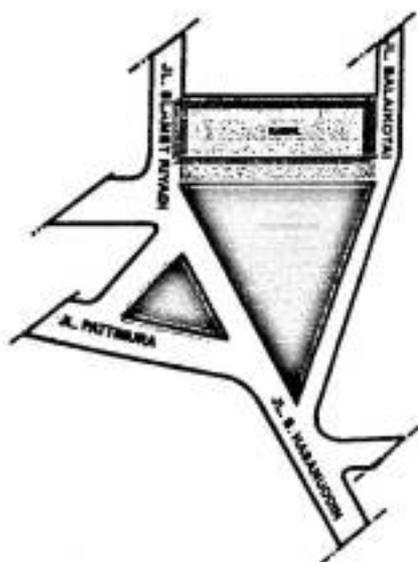


- Kecamatan Tallo

Lokasi berada di kantor Kecamatan Tallo



- Taman Baca Kota



Selanjutnya setelah menetapkan metode dalam strategi komunikasi adalah Seleksi dan Penggunaan Media. Penggunaan medium sebagai penyalur ide, dalam rangka merebut pengaruh dalam masyarakat merupakan suatu keharusan sebab selain medi massa dapat menjangkau jumlah besar khalayak, juga dewasa ini rasanya tidak dapat lagi hidup tanpa surat kabar, radio, film, dan televisi.

Dan alat-alat media ini menjadi alat komunikasi massa yang sejati, yang selain berfungsi sebagai penyalur juga mempunyai fungsi sosial yang kompleks untu menjadi alat penerangan umum kepada masyarakat.

Dan dalam keterkaitan dalam program "Gerakan Makassar Gemar Membaca" ini. Humas tentunya tidak lepas dari mitra kerjanya yakni media dan dalam mensosialisasikan "Gerakan Makassar Gemar Mambaca"

Menurut Humas pemerintah Kota Kasim Wahab, mangatakan:

" kami selalu bekerjasama dengan media apapun, baik media penyiaran ,media cetak maupun media IT. Dan dalam program Gerakan Makassar Gemar Membaca, ini kami menggunakan ketiga media tersebut.media penyiaran dalam hal ini stasiun televisi lokal (TVRI,Makassar TV,.Fajar TV), sementara media cetak dalam hal ini kami bekerjasama dengan koran Fajar dan Tribun Timur, ditambah dengan pemasangan spanduk serta pembagian stiker dan brousur kepada masyarakat, sementara media IT dalam hal ini kami memiliki Web pemerintah kota (www.makassar.go.id) yang dapat diakses setiap saat seputar kegiatan-kegiatan Pemkot Termaksud program GMGM ini.

Pilot Project GMGM, Wahyudi Muchsin Juga mengungkapkan Hal yang setara:

" yakni media merupakan mitra kerja yang selalu kami percayakan dalam setiap sosialisasi kegiatan-kegiatan pemerintah kota termaksud GMGM. Baik terlevisi,radio, cetak dan lainnya. Ini diharapkan informasi yang disampaikan kepada masyarakat dapat merata sampai kemasyarakat".

Inipun yang diungkapkan Nuraini Ma'mur:

" sosialisasi GMGM ini menggunakan seluruh media penyiaran, diharapkan pesan yang disampaikan dengan mudah diterima dan diterapkan dimasyarakat umum lainnya.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Dalam Mensosialisasikan "Gerakan Makassar Gemar Membaca".

Menurut Pilot Project GMGM, Wahyudin Muchsin, mengatakan:

" bahwa yang menjadi faktor pendukung dari sosialisasi program GMGM ini adalah banyaknya dukungan dari tokoh-tokoh masyarakat dan dari pihak pengusaha. Sementara dari faktor penghambatnya adalah kurangnya perhatian sebagian besar masyarakat dalam hal peningkatan minat baca.

Sama halnya yang diungkapkan oleh Humas Pemkot Makassar kasim wahab:

"faktor pendukung tidak lain adanya bantuan dari pihak-pihak yang peduli akan minat baca, dan penghambatannya tidak lain yang selalu menjadi masalah klasik yakni minimnya pendanaan yang ada serta masih terlalu formal pesan yang disampaikan kepada masyarakat sehingga sebagian murang dapat memahami betul akan program pemerintah ini".

Lain halnya dengan Nuraini Ma'mur yang mengungkapkan:

" kalo dari segi faktor penghambat sosialisasi ini itu dikarenakan pendistribusian bantuan buku-buku ke daerah-daerah pesisir/pulau terkadang terhalang atau tergantung dari situasi dan kondisi yang tepat untuk sistem pendidtribusiannya.

Dari keterangan berbagai sumber diatas, penulis mendapatkan data-data yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam proses sosialisasi Gerakan Makassar Gemar Membaca adalah sebagai berikut:

1) Fakor yang mendukung dalam mensosialisasikan Gerakan Makassar Gemar Membaca

Faktor yang mendukung adanya dukungan dari berbagai masyarakat dan para pengusaha, sementara itu kegiatan-kegiatan yang mendukung

Gerakan Makassar Gemar Membaca ini dari data kantor Arsip, Perpustakaan Dan Pengolahan Data Kota Makassar Yakni:

- Mengirim siswa berprestasi mengikuti lomba Olimpiade Fisika Di Hongkong dan berhasil meraih medali emas tahun 2007;
- Bekerjasama dengan telkomsel dalam memberikan beasiswa bagi 400 orang siswa yang berprestasi;
- Membuat baliho "Gerakan Makassar Gemar Membaca" dan dipasang disetiap sudut kota;
- Kerjasama dengan harian fajar mencatat rekor membaca koran terbanyak dalam rekor Muri Indonesia;
- Membangun taman baca di 14 kecamatan, 3 pulau dengan biaya APBD;
- Kerjasama dengan masyarakat dan Dinas Pendidikan membangun 40 taman baca disetiap kelurahan dimakassar kurang lebih 45 taman baca atas swadaya masyarakat sendiri;
- Memberikan bimbingan belajar gratis kepada 300 siswa kerjasama dengan GMGM;
- Membangun taman baca pada lembag pemasyarakatan kelas I makassar;
- Membuat dompet buku yang dipasang pada setiap sudut mall dan tempat-tempat keramaian dalam rangka wakap buku.;

- Kerjasama dengan Perpustakaan Nasional dan Badan Arsip Perpustakaan Daerah Sulawesi-selatan mengoperasikan tiga unit mobil perpustakaan keliling disekitar 60 pos pelayanan.
- Bekerjasama badan arsip dan perpustakaan daerah sul-sel menyusun Bibliografi daerah hasil Hunting karya cetak dan karya reka sesuai UU No 4 Tahun 1990;
- Telah memiliki kelembagaan perpustakaan yang dipersyaratkan untuk mendapatkan bantuan mobil perpustakaan keliling dari PERPUSNAS RI;
- Bekerjasama dengan Gerakan Masyarakat Minat Baca (GPMB) pusat tentang wakap buku pada launching hari jadi kota makassar 400 tahun.

2. Faktor penghambat dalam mensosialisasikan Gerakan Makassar Gemar Membaca.

Menurut Pilot Project GMGM, Wahyudin Muchsin, mengatakan :

"faktor penghambatnya adalah kurangnya perhatian sebagian besar masyarakat dalam hal peningkatan minat baca".

Sama halnya yang diungkapkan oleh Humas Pemkot Makassar

Kasim Wahab:

penghambatannya tidak lain yang selalu menjadi masalah klasik yakni minimnya pendanaan yang ada serta masih terlalu formal pesan yang disampaikan kepada masyarakat sehingga sebagian kurang dapat memahami betul akan program pemerintah ini".

Lain halnya dengan Nuraini Ma'mur yang mengungkapkan:

" kalo dari segi faktor penghambat sosialisasi ini itu dikarenakan pendistribusian bantuan buku-buku ke daerah-daerah pesisir/pulau

terkadang terhalang atau tergantung dari situasi dan kondisi yang tepat untuk sistem pendistribusiannya.

B. PEMBAHASAN

1. Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Makassar Dalam Mensosialisasikan "Gerakan Makassar Gemar Membaca".

Untuk mencapai tujuan dalam mensosialisasikan Gerakan Makassar Gemar Membaca, maka Humas Pemkot Perlu didukung oleh suatu strategi komunikasi yang efektif agar hal-hal yang disampaikan dalam rangka sosialisasi GMGM ini dapat disampaikan dengan baik kepada masyarakat.

Seperti yang telah dikemukakan pada Bab I (kerangka Konseptual) penulis, maka dalam penyusunan suatu strategi komunikasi, ada empat hal yang merupakan inti dalam penyusunan strategi komunikasi yakni:

1. Mengetahui khalayak
2. Menentukan Pesan
3. Menetapkan Metode
4. Seleksi dan Pemilihan Media

Dengan menggunakan keempat hal tersebut diatas, maka kita dapat mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh Humas Pemerintah Kota Makassar Dalam Mensosialisasikan "Gerakan Makassar Gemar Membaca".

1. Mengetahui Khalayak

Sebelumnya kita harus mengetahui bahwa mengetahui khalayak haruslah merupakan langkah pertama bagi seorang komunikator dalam usaha komunikasi yang efektif. Sebagaimana yang telah dijelaskan bahwa proses komunikasi

khalayak sama sekali tidak pasif melainkan aktif dan bersifat heterogen sehingga antara komunikator dan komunikan bukan saja terjadi saling berhubungan melainkan juga terjadi proses saling mempengaruhi oleh komunikan.

Dalam penyusunan strategi komunikasi "Gerakan Makassar Gemar Membaca" Humas Pemkot Makassar yang menjadi sasaran/khalayak adalah seluruh masyarakat kota makassar hal ini sesuai dengan keteranga Pilot Project berserta Humas Pemkot.

Humas pemerintah kota sendiri dalam hal ini telah melaksanakan berbagai kegiatan untuk menunjang program Pemerintah Kota Makassar dalam hal ini GMGM telah melakukan kegiatan seperti: pembukaan taman baca di 14 kecamatan dikota makassar, peluncuran mobil perpustakaan keliling, lomba-lomba karya ilmiah, pengadaan motor pintar, book fair, seminar-seminar minat baca, pengadaan kafe-kafe baca dalam pensosialisasian tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat diketahui bahwa dalam proses ini humas menyusun pesan terlebih dahulu dimulai dari masyarakat kalangan bawah atau kurang mampu, sebab dikelompok inilah tingkat pengetahuannya masih rendah karena keterbatasan anggaran untuk mendapatkan tambahan pengetahuan mengingat biaya pendidikan yang begitu mahal.

Dari keterangan diatas humas membagi 2 jenis kelompok yaitu secara struktural dimana difokuskan pada masyarakat akademisi maupun masyarakat terorganisir lainnya(Umum), instansi pemerintah/swasta lainnya.

Selanjutnya khalayak berikutnya dalam proses sosialisasi Gerakan Makassar Gemar Membaca ini difokuskan pada masyarakat kelas bawah (masyarakat kurang mampu).

Pada dasarnya sosialisasi yang dilakukan oleh humas pemerintah kota makassar dalam mengenal khadalam ataupun sasaran yang dituju dalam program pemerintah ini, sudah dapat dikatakan tepat sasaran yang ini berkaitan dalam setiap kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam menunjang pogram Gerakan Makassar Gemar Membaca.

2. Menyusun Pesan

Pesan yang disampaikan kepada khalayakini bisa dikatakan sebagian besar berisi seruan pada masyarakat untuk mengunjungi pusat-pusat taman baca ataupun perpustakaan-perpustakaan umum lainnya. Ini diharapkan untuk membuat masyarakat lebih mencintai membaca dipusat-pusat taman baca yang pemerintah kota canangkan.

Pesan-pesan yang digunakan oleh humas maupun pilot project dari program "GMGM" ini pada prinsipnya sudah tepat namun belum mampu menarik perhatian sebagian besar masyarakat secara maksimal, hal ini terlihat dari kurangnya masyarakat yang ingin mengunjungi pusat-pusat taman baca ataupun perpustakaan. Selama ini pesan-pesan yang disampaikan oleh Humas sendiri masih terlihat sepihak, artinya masih banyak sebagian masyarakat yang belum bisa ataupun tidak mengetahui peraturan untuk menjadi anggota perpustakaan karena penurusan yang begitu berbelit-belit kepada masyarakat dan juga pesan yang masih terlihat formal sehingga bagi mereka yang berstatus kalangan bawah

merasa susah dan canggung untuk memasuki taman baca karena terlihat begitu formal. Penyampaian pesan ini pula yang dilakukan oleh Humas sehingga sebagian masyarakat kurang dapat merespon, karena ketidakjelasan yang ada.

Ada baiknya pesan-pesan yang disampaikan bukan hanya seruan semata atau kewajiban untuk membaca dini, tetapi pesan juga berisi tentang pelayanan yang baik, sehingga masyarakat merasa tidak canggung lagi dan bingung untuk berkunjung ke pusat-pusat taman bacaan.

3. Menetapkan Metode

Dari data diatas dikatakan bahwa Humas dan mensosialisasikan program Gerakan Makassar Gemar Membaca, Humas Pemerintah Kota Makassar menggunakan metode pengulangan atau *Recudandy (Repetition)*. Pesan-pesan yang terkait dengan program "Gerakan Makassar Gemar Membaca" disampaikan kepada masyarakat secara berulang-ulang kali, dengan demikian diharapkan dapat mempengaruhi khalayak untuk dapat memperhatikan pesan yang disampaikan. Humas sendiri dalam proses sosialisasi ini bekerjasama dengan media penyiaran, baik media cetak bahkan menggunakan media Teknologi informatika (IT) untuk menyampaikan pesan terhadap khalayak. Selain itu pembagian brosur, pamflet, spanduk, leadplat juga dibagikan kepada masyarakat untuk mempersuasifkan diri berpartisipasi dalam program ini keberhasilan Gerakan Gemar Membaca ini keberhasilan apabila keterlibatan kemasyarakatan atau dukungan dalam peningkatan minat baca. Pensosialisasikan "Gerakan Makassar Gemara Membaca" tanpa partisipasi masyarakat ptogram ini tidak dapat berhasil.

Metode Reduancy ini bisa mempermudah pencapaian efektifitas komunikasi karena pesan-pesan yang disampaikan selalu diperhatikan oleh masyarakat sehingga perhatian masyarakat / khalayak akan sosialisasi ini lebih mudah untuk dipengaruhi.

Humas sendiri harus cermat dan memperhatikan bahwa tingkat kebosanan masyarakat akan muncul seiring dengan pemberitaan ataupun penerangan-penerangan yang disajikan bersifat monoton dan tidak kreatif. Maka untuk menghindari hal tersebut ada baiknya humas dalam hal ini memperhatikan keinginan khalayak dan melakukan manuver-manuver baru ataupun variasi-variasi yang beragam dalam metode ini. Hal ini dilakukan dengan menggunakan pesan-pesan yang menarik, unik, dan tidak membuat khalayak menjadi bosan dengan model-model pesan-pesan yang sama dan berulang-ulang. Apabila pesan-pesan yang bisa dipakai bisa dapat menambah pemahaman dan pengetahuan khalayak maka akan lebih efektif lagi metode yang digubakan tersebut.

Selain itu Humas Pemkot Kota Makassar juga menggunakan cara informatif yaitu pesan-pesan mengenai Program Gerakan Makassar Gemar Membaca melalui penerangan kepada masyarakat. Dan dalam penggunaan metode ini pesan-pesan mengenai program ini disampaikan dalam bentuk seminar-seminar, diskusi talkshow, festival-festival minat baca serta himbauan langsung walikota kepada masyarakat.

4. Seleksi dan Penggunaan.

Dalam pemilihan media penyiaran seperti yang di ungkapkan oleh Humas Pemkot dalam hal ini adalah stasiun televisi lokal yakni TVRI, MAKASSAR TV, FAJAR TV, dan juga Stasiun Radio dalam hal ini radio Galkxi Makasar Fm, RRI. Radio Smart, Mercurius, Sonata Fm untuk kelancaran sosialisasi terhadap masyarakat melalui saluran udara.

Selanjutnya dalam memilih media untuk mensosialisasikan GMGM, Humas Pemerintah Kota Makassar juga menggunakan media cetak telah telah disebutkan diatas bahwa dalam menyampaikan hal-hal yang menyangkut minat baca. Hal ini dilakukan karena media cetak ini sangat mudah diperoleh masyarakat dan sifatnya Mobile. Humas sendiri lebih cenderung media surat kabar agar tujuan sosialisasi dengan mudah sampai kemasyarakat luas. Ini dibuktikan dengan penghargaan oleh salah satu media cetak/surat kabar lokal harian Fajar yang diberikan penghargaan karena telah berhasil mendukung serta mensukseskan Gerakan Minat Baca di kota Makassar.

Pemilihan media cetak oleh Humas sendiri dianggap tepat karena dapat mempengaruhi tingkah laku, menggugah dan menyentuh emosi pembacanya dan tidak mengikat halayaknya dalam penerapannya, sehingga media cetak relatif lebih mampu membawakan materi-materi yang panjang dan masalah-masalah yang kompleks, media cetak memberikan kesempatan kepada pembacanya untuk membaca ulang pemberitaan yang disajikan.

Dalam sosialisasi GMGM, selain menggunakan media cetak juga menggunakan media cetak juga digunakan media elektronik seperti yang telah

diungkap diatas misalkan Radio dan Televisi. Radio yang digunakan dalam proses sosialisasi yaitu RRI, Smart FM, Mercurius, Sonata dan Galaxi FM.

Penggunaan media radio tersebut dikamakan radio-radio tersebut merupakan stasiun-stasiun Radio yang digemari oleh masyarakat kota makassar. Selain Radio, Humas Pemerintah Kota Makassar juga menggunakan media Televisi seperti diungkap di atas, pemelihan stasiun-stasiun televisi tersebut karenakan satasiun tersebut merupakan satasiun lokal yang menyiarkan berita-berita sekitar kota makassar dengan berbagi topik-topik menarik dan dianggap stasiun lokal lebih mampu dekat dengan masyarakatnya sendiri dan daerah kota asalnya.

Penggunaan media elektronik seperti radio dan televisi dan menyosialisasikan "Gerakan Makassar Gemar Membaca" sudah tepat karena setiap usaha komunikasi yang diarahkan untuk mempengaruhi atau pendapat umum dengan menggunakan media massa dapat dipertanggung jawabkan efektifitasnya baik dari segi jumlah khalayak yang dijangkau, maupun dari segi dalam yang berupa pengaruh dari khalayak bilamana terdapat relevansi yang kuat, yang artinya faktor isi dan metode disusun sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian khalayak ramai.

Alat komunikasi massa pada dasarnya mempunyai pengaruh yang cukup besar kerena merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia sebagai tuntutan dalam perkembangan dunia modern, maka media massa mempunyai potensi yang sangat besar dalam membentuk watak,sikap,dan kepribadian manusia.

2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat dalam Mensosialisasikan Gerakan Makassar Gemar Membaca.

2.1. faktor Pendukungnya berdasarkan hasil penelitian, karena adanya dukungan dari tokoh masyarakat dan para pengusaha, maka proses sosialisasi Gerakan Makassar Gemar Membaca akan lebih cepat samapi kepada masyarakat, karena dalam sosialisasi ini tokoh masyarakat dan para pengusaha mempunyai andil serta peran yang sangat guna mencapai program tersebut.

Dengan peran serta tokoh-tokoh masyarakat terhadap peningkatan minat baca dikota makassar, maka berdirihlah 48 taman baca atas swadaya masyarakat sendiri disetiap kelurahan di kota makassar.

2.2 Faktor Penghambatnya dalam mensosialisasikan Gerakan Makassar Gemar Membaca.

Tidak semuanya komunikasi berlangsung secara mulus dan efektif dan tanpa rintangan, tetapi terdapat batas seperti :

Hambatan yang paling klasik dihadapi dalam pensosialisasian ini adalah masih banyaknya sebagian masyarakat kita yang belum sadar bahwa membaca adalah bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, sebagian masyarakat kita lebih menyenangi sajian instan seperti Televisi dan radio yang menyajikan berbagai hiburan ketimbang membuka buku dan membacanya, dalam hal ini pemerintah terus berusaha untuk mensosialisasikan kepada masyarakat akan pentingnya membaca dan

telah membuat beberapa taman baca disetiap ruang publik, selain itu hambatan lainnya yang juga bersifat klasik terletak pada pembiayaan atau anggaran program pemerintah kota,

BAB V

PENUTUP



A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah penulis gambarkan dalam bab-bab sebelumnya, maka adapun kesimpulan yang dapat penulis paparkan antara sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi yang direncanakan oleh humas Pemerintah Kota Makassar telah dilaksanakan melalui beberapa tahap sesuai dengan teori strategi komunikasi seperti menentukan khalayak, bagaimana menyusun pesan, menetapkan metode yang digunakan serta menyeleksi penggunaan media yang disampaikan secara menyeluruh atau persuasif melalui media cetak maupun elektronik. Di antara strategi komunikasi yang telah terencana seperti kegiatan kampanye GMGM di beberapa pulau, mengadakan even-even, diskusi dan lainnya yang berhubungan dengan kegiatan "membaca". Dan tidak terencana seperti pembagian stiker, brosur, leaflet dan contoh pelayanan yang baik pada setiap pengunjung yang datang di masing-masing lokasi taman baca.
2. Dalam sosialisasi ini ada beberapa hal yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat. Faktor pendukung tidak lain berasal dari dukungan beberapa tokoh-tokoh masyarakat yang memang memiliki kecintaan yang besar terhadap peningkatan minat baca khususnya di Kota Makassar dan para pengusaha, dalam hal ini juga penerbit buku swasta ikut andil besar dalam sosialisasi tersebut. Sementara dari segi penghambatnya yaitu masih

banyaknya masyarakat yang cenderung tidak menyadari bahwasanya membaca merupakan hal penting, banyak dari mereka hanya menjadi masyarakat pendengar dan penonton saja. Hambatan lainnya terletak pada komunikasi yang masih terlalu bersifat formal sehingga sebagian kalangan dapat merespon dengan baik.

B. SARAN

1. Sebaiknya pemasangan spanduk, pembagian stiker, leadplat atau brousur yang berisi ajakan dan dukungan terhadap kegiatan membaca sebaiknya diperbanyak dan dipasang pada ruang publik misalnya disekolah-sekolah, kampus-kampus, pusat-pusat hiburan, serta angkutan umum dan lain sebagainya.
2. Baiknya seorang humas dapat memberikan info kepada masyarakat luas yang berarti dari kalangan manapun juga baik akademisi maupun kalangan yang kurang mampu sekalipun dapat memasuki dan menjadi anggotanya dan memberikan arahan bahwa pusat-pusat bacaan bukan merupakan hal yang membosankan dan menjenuhkan, dengan memberikan pandangan dan gambaran bahwa sistem pelayanan yang baik serta ramah menjadi prioritas utama sehingga masyarakat diharapkan dapat merasakan membaca seperti berada dirumah sendiri dan tidak akan canggung untuk masuk dipusat-pusat taman bacaan.
3. dalam menggunakan metode sebaiknya selain metode pengulangan berupa pensosialisasian melalui media elektronik maupun cetak yang dipergunakan, ada baiknya humas lebih kreatif dan inovasi dengan

membagi-bagikan buku secara gratis kepada anak-anak apakah berupa buku saku yang berisikan tentang cerita-cerita yang menarik dan unik ataupun berisikan informasi seputar IPTEK dan sebagainya, sehingga dapat mendorong minat baca dikalangan anak-anak sehingga diharapkan kegiatan membaca dapat membudaya sejak dini pada usia kanak-kanak.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, Hamdan. & Hafied Cangara. 1996. Surabaya. *Prinsip-prinsip Hubungan Masyarakat*. : Hak Penerbit Usaha Nasional
- Arifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: Armico.
- Ardianto, Alvinaro. 2007. "Strategi Humas PT di era Kompetisi". (<http://www.klippingcyberMedia.htm>), diakses 29 Mei 2008 pukul 18.25)
- Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Effendi, Onong Uchjana. 1990. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- , 1993. *Human Relation dan Public Relations*, Bandung: Mandar Maju
- , 2000. *Dinamika Komununikasi*, Bandung PT. Remaja Rosda Karya
- Gregory, Anne. 2004. *Perencanaan dan Menejemen Kampanye Public Relations*, Jakarta: Erlangga
- Halim, Wahyudi. 2008. "Makassar Gemar Membaca Atau Berbelanja" (<http://wahyuddinhalim.blogspot.com/2008/02/makassar-gemar-membaca-atau-berbelanja.html>). diakses 22 Mei 2008 Pukul 12.00 WITA)
- Hamzah, Hamrah. 2005, *Strategi komunikasi SAT LANTAS POLWILTABES Makassar dalam Mensosialisasikan Penggunaan Sabuk Pengaman Bagi Pengguna Kendaraan Roda Empat Di Kota Makassar*. Skripsi tidak diterbitkan. Makassar : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Hasan, Anwar. 2008, "Budayakan Hadiah Buku bagi Anjal". Fajar, 13 Juli, 5.
- Jefkins, Frank. *Public Relation*, 2003 Edisi Kelima, direvisi oleh Daniel Yadin, Jakarta: Erlangga
- Kusuma, Bachtiar. 2008. "Buku Tak Sekedar bacaan". Fajar. 18 Mei, 35

- Komunitas Minat Baca Indonesia(KMBI).2006. "*Rajin Membaca Banyak Tahu, Malas Membaca Sok Tahu*". 10 Oktober. (disajikan dalam makalah perkembangan kegiatan Program Pemerintah Kota "Gerakan Makassar Gemar Membaca")
- Latuputty, Hanna. 2003, '*Perpustakaan Sekolah: Peranan Dalam Menunjang Pendidikan Siswa Di Sekolah*'. Jurnal Baca Dokumentasi dan Informasi. Vol.27/Agustus: 27
- Mutmainnah, Fauziah. 1999. *Psikologi Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Moore, Frazier. 2004. *Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Pemerintah Kota Makassar, 2008. '*Perkembangan Pelaksanaan Kinerja Tahun 2005-2008*'. Kantor Arsip, Perpustakaan dan Pengolahan data
- Ruslan, Rosady, 1994. *Praktik & Solusi Public Relation Dalam situasi Krisis & Pemulihan Citra*. Jakarta: Galia Indonesia
- , 1997. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi (Konsep dan Aplikasi)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- , 2001. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi (Konsep dan Aplikasi) Cetakan-3*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- , 2003. *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- , 2002. *Kampanye Public Relation, Cetakan-3*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- , 2006. *Metode Penelitian Public Relation dan komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sendjaja, S. Djuarsa. 1998. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka

Salah, Noerjihad. 2008. *"Peranan Guru Pustakawan Dalam Meningkatkan Gairah Membaca siswa."* (Makalah disajikan dalam Seminar Perpustakaan diadakan oleh Badan Arsip dan Perpustakaan Daerah Provinsi Sul-Sel, pada tanggal 12 Maret 2008)

Oliver, Sandra. 2007. *Strategi Public Relation*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.

Widjaja, A.W, 1986. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*.: Jakarta: PT Bina Aksara.

Wasesa, Silih Agung, 2005. *"Strategi Public Relation"* : Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Wulan, Tulus. 2008. *"Membaca perlu Menjadi Budaya"*. Fajar. 22 Juni. 31

Pedoman Wawancara

Tentang

“Strategi Humas Pemerintah Kota Dalam Mensosialisasikan Program “Gerakan Makassar Gemar Membaca” (GMGM)

Peneliti : Rani Soraya, Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unhas Angkatan 2004.

Dalam rangka Pelaksanaan penelitian ini, Kepada bapak/Ibu/Sdr(i), Untuk menjawab pertanyaan yang akan penulis ajukan dengan sejujur-jujurnya sesuai pengalaman tentang Strategi program sosialisasi Gerakan Makassar Gemar Membaca pada bagian Humas Pemerintah kota Makassar dan faktor-faktor penghambat dalam program tersebut, dengan pertanyaan sebagai berikut:

A. Karakteristik Responden

1. Nama :
2. Jabatan :
3. Pendidikan :

B. Draf Pertanyaan antara lain;

1. Apakah Humas benar-benar terlibat dalam program “Gerakan makassar Gemar Membaca” ?
2. Bagaimana Humas Mensosialisasikan “Gerakan Makassar Gemar Membaca”?
3. Strategi apa yang diterapkan dalam sosialisasi “GMGM” ini?
4. adakah alasan tertentu mengapa “Gerakan Makassar Gemar Membaca” merupakan pilot project secara nasional ?
5. Bagaimana cara Humas mengkomunikasikan kepada masyarakat hal yang telah direncanakan/disusun?
6. apa saja program-program yang telah dijalankan dalam proses sosialisasi kepada masyarakat mengenai “GMGM” sampai dengan saat ini?
7. apakah ada program dari “GMGM” ini untuk jangka panjangnya?

8. media apa yang digunakan oleh Humas dalam Mendukung Program "GMGM" ini?
9. mengapa memilih media tersebut?
10. Apakah ada faktor yang mempengaruhi proses strategi dalam program sosialisasi ini?
11. faktor apa yang sangat membantu dalam mensosialisasikan Program "Gerakan Makassar Gemar Membaca" ?
12. faktor penghambat apakah yang paling tidak mendukung pelaksanaan strategi Humas?
13. Selain Bagian Humas, apakah ada pihak lain yang ikut mendukung mensosialisasikan program "Gerakan Makassar Gemar Membaca"?
14. Bagaimana bentuk kerjasamanya?
15. Apakah selaman ini kerjasama tersebut dianggap efektif (Mendukung) atau tidak?



PEMERINTAH KOTA MAKASSAR

KANTOR ARSIP, PERPUSTAKAAN DAN PENGOLAHAN DATA

Jalan Jenderal Achmad Yani No. 2 Telepon 316263

MAKASSAR 90111

LAPORAN REKAPITULASI DATA PERPUSTAKAAN KOTA MAKASSAR

No.	PERPUSTAKAAN DAN TAMAN BACA	KOLEKSI EXP.	JUMLAH			KET
			PEMBACA	PEMINJAM	ANGGOTA	
1	Perpustakaan Khusus Kota Makassar	7.147	223	192	146	
2	Perpustakaan Umum Kota Makassar	20.515	1470	651	320	
3	TBK - Mariso	2.730	456	5	72	
4	TBK - Mamajang	3.159	555	230	50	
5	TBK - Bontoala	2.992	391	19	77	
6	TBK - Makassar	1.899	95	25	288	
7	TBK - Ujung Pandang	1.151	45	0	18	
8	TBK - Ujung Tanah	1.362	239	12	60	
9	TBK - Wajo	3.010	50	0	20	
10	TBK - Tallo	3.047	409	137	135	
11	TBK - Tamalate	3.342	182	7	322	
12	TBK - Rappocini	3.453	285	23	272	
13	TBK - Panakkukang	3.110	302	56	195	
14	TBK - Manggala	1.121	218	11	147	
15	TBK - Tamalanrea	1.693	677	42	64	
16	TBK - Biringkanaya	3.171	552	28	181	
17	TBK - Kelurahan Bara-Baraya	1.335	58	9	0	
18	TBK - Kelurahan Tamangapa	682	200	14	0	
19	TBK - Kelurahan Puri Tamansari	257	0	0	0	
20	TBK - Kelurahan Lakkang	1.349	177	0	0	
21	TBK - Kelurahan Parangloe	518	57	0	0	
22	TBK - Kelurahan Barombong	1.303	387	297	0	
23	TBK - Kelurahan Barang Caddi	1.192	0	0	0	
24	TBK - Kelurahan Barang Lompo	192	0	0	0	
JUMLAH DI TBK		37.686	5335	915	1901	
25	Mobil Keliling Perpustakaan 1	1.180	2236		518	2006
26	Mobil Keliling Perpustakaan 2	1.660	2152		694	2007
JUMLAH DI MOBIL KELILING		2.840	4388			
27	Motor Pintar 1	500	0			
28	Motor Pintar 2	896	215			
JUMLAH DI MOTOR PINTAR		1.396	215			
29	Taman Baca Kelurahan (Baru)	9.000	0	1758	3.579	
JUMLAH TOTAL		78.584	11631			

Makassar, 31 Mei 2008

Kepala Seksi Perpustakaan

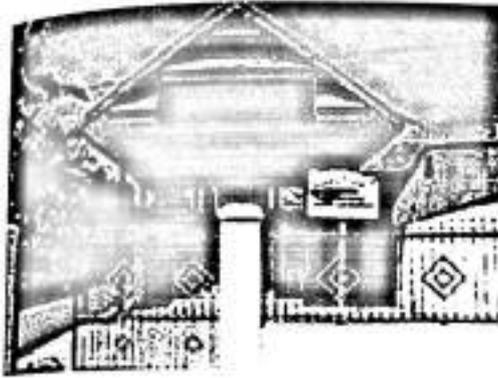
Drs. ISMAIL ADDA
NIP. 010 184 151

Mengetahui :
Kepala Kantor Arsip, Perpustakaan
dan Pengolahan Data Kota Makassar

Hj. NURAENI MA'MIJR, SH.MH
NIP. 010 104 239



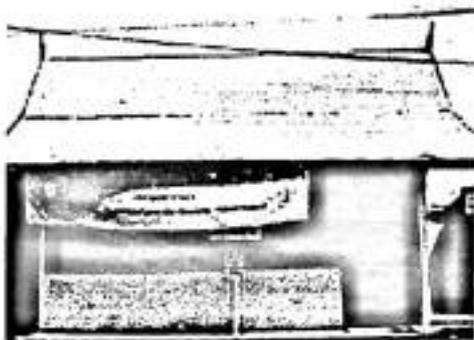
AYO KITA MEMBACA PERLUAS WAWASAN



Taman Baca Kecamatan Mariso



Taman Baca Kecamatan Mamajang



Taman Baca Kecamatan Makassar



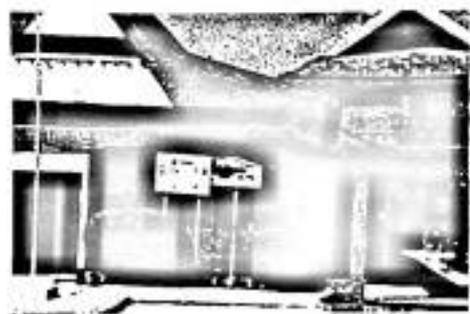
Taman Baca Kecamatan Ujung Pandang



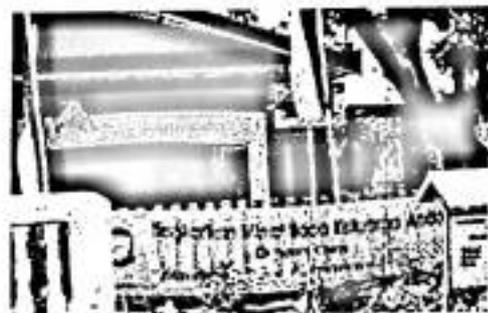
Taman Baca Kecamatan Bontoala



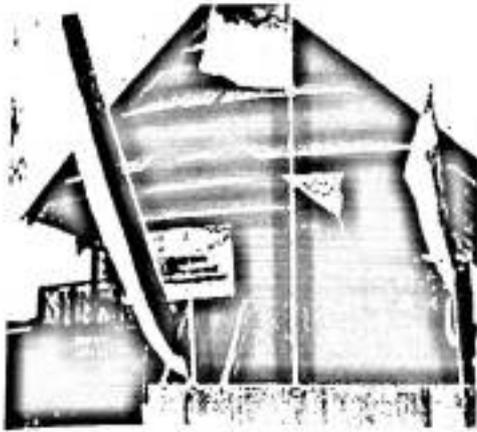
Taman Baca Kecamatan Wajo



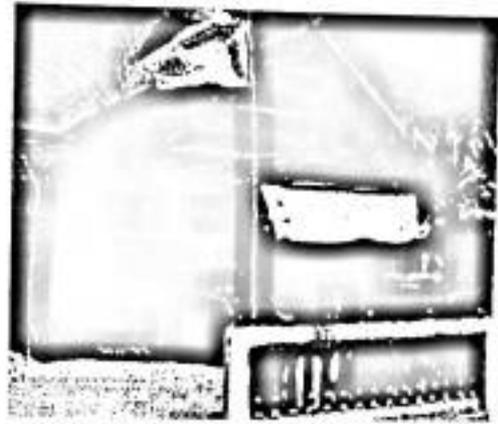
Taman Baca Kecamatan Ujung Tanah



Taman Baca Kecamatan Tallo



Taman Baca Kecamatan Rappocini



Taman Baca Kecamatan Tamalate



Taman Baca kecamatan Panakukang



Taman Baca Kecamatan Manggala



Taman Baca Kecamatan tamalanrea

(Sumber: Kantor Arsip Perpustakaan daerah kota makassar)



Baliho "GMGM" di Pusat Kota Makassar sebagai bentuk sosialisasi terbuka kepada masyarakat



(perpustakaan keliling gratis salah satu bentuk sosialisasi peningkatan minat baca)



(Lomba menggambar dan mewarnai tingkat SD se- Kota Makassar diadakan oleh Pemerintah Kota Makassar sebagai betuk persuasif minat baca pada usia dini)