

**LAPORAN AKHIR**

**KULIAH KERJA LAPANGAN**

**AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS* DI DINAS KOMUNIKASI DAN  
INFORMATIKA (DISKOMINFO) DALAM MENJAGA CITRA  
PEMERINTAHAN KABUPATEN LABUHANBATU UTARA**



**RISKA NUR AFDILLAH**

**178530067**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL& ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**2020**

## LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini saya buat dengan sejujurnya dan telah diterima oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Fak. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, pada tanggal 13 Juli 2020 sampai dengan 12 Agustus 2020.

Medan, 14 Agustus 2020

Mahasiswa Pelaksana KKL

(Riska Nur Afdillah)

Dosen Pembimbing Lapangan



(Ria Wuri Andary M.Ikom)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ilma Sakinaah Tamsil M.Comm)

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang melimpah sehingga penulis bisa menyelesaikan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dan Laporan Akhir Kuliah Kerja Lapangan dengan baik dan sesuai dengan yang direncanakan.

Setelah melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) yang dimulai pada tanggal 13 Juli 2020 sampai dengan tanggal 12 Agustus 2020 di Dinas Komunikasi Dan Informatika (DISKOMINFO) Labuhanbatu Utara. Banyak pengalaman baru yang diperoleh, serta rintangan yang sudah dilalui penulis. Semua itu memberikan manfaat pada diri pribadi penulis dalam rangka proses pendewasaan untuk menghadapi dunia kerja di masa yang akan datang.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung selama satu bulan ini. Atas bantuan berupa dorongan, semangat, bimbingan, nasehat, pengarahan dan kerjasama dari berbagai pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa laporan ini belum sempurna, untuk itu penulis meminta maaf dan mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan laporan ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga laporan ini dapat membawa manfaat bagi bagi penulis maupun para pembaca.

**Medan, 14 Agustus 2020**

**Penulis**

3.3.2 Identifikasi Keterampilan Baru Yang Diperoleh .....	18
3.3.3 Identifikasi Kendala Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan Pada umumnya.....	19
<b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>	<b>20</b>
4.1 Analisis Terhadap Aktivitas KKL.....	20
4.2 Pengertian <i>Publik Relations</i> .....	20
4.3 Tujuan <i>Publik Relations</i> .....	21
4.4 Fungsi <i>Publik Relations</i> .....	22
4.5 Metode <i>Publik Relations</i> .....	22
4.5.1 Penelitian.....	23
4.5.2 Perencanaan .....	23
4.5.3 Pelaksanaan.....	24
4.5.4 Penilaian ( <i>Evaluation</i> ).....	25
4.6 Hubungan <i>Publik Relations</i> .....	25
4.6.1 <i>Internal Publik Relations</i> .....	25
4.6.2 <i>eksternal Publik Relations</i> .....	27
4.7 Divisi Public Relations Pada Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Labuhanbatu Utara .....	28
4.8 Cyber Public Relations.....	2
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>30</b>
5.1 Kesimpulan .....	30
5.2 Saran.....	30
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>32</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 sejarah kelembagaan komunikasi dan informatika .....	6
Gambar 2 logo.....	8
Gambar 3 Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO).....	14

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Catatan kegiatan harian mahasiswa
2. Hasil penilaian dari Dinas Komunikasi dan Informatika (KOMINFO)
3. Surat Izin KKL dari kampus
4. Balasan Surat Izin KKL dari lokasi
5. Surat keterangan telah selesai melaksanakan KKL
6. Contoh desain spanduk dan brosur yang di edit
7. Dokumentasi Kegiatan KKL

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Program studi ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area adalah salah satu program studi yang mewajibkan mahasiswa/i-nya untuk melakukan kegiatan Kuliah kerja lapangan (KKL). Kuliah kerja lapangan ini dimasukkan sebagai salah satu syarat akademik dalam menyelesaikan pendidikan pada Program S-1 ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area pada semester VI dengan bobot 3 SKS.

Adapun kuliah kerja lapangan tersebut dimaksudkan untuk memperkenalkan mahasiswa/i kepada realitas dunia kerja yang sebenarnya di bidang ilmu komunikasi. Bagi mahasiswa/i, kegiatan KKL ini harus dirasakan sebagai pengalaman belajar yang baru untuk menerapkan semua bekal ilmu yang telah diterima dalam berinteraksi dengan lingkungan kerja agar memperoleh pemahaman bagaimana menempatkan diri sesuai dengan bidang kerja yang dipilih dan diminati.

Melalui program Kuliah Kerja Lapangan / Magang ini setiap mahasiswa/i memiliki kesempatan untuk memahami serta merasakan bagaimana pekerjaan yang sesungguhnya terjadi di lapangan. Mahasiswa/i kemudian dapat menerapkan perbandingan antara ilmu yang di peroleh selama masa perkuliahan secara teori dengan selama kuliah kerja lapangan inilah, yang akan memacu jiwa dan mental setiap mahasiswa/i untuk senantiasa siap menghadapi dunia kerja yang dinamis dan kompetitif.

Disamping dapat mempraktekkan pengetahuannya di lapangan, mahasiswa/i juga dapat mengakomodasikan antara konsep atau teori yang diperoleh dari perkuliahan dengan kenyataan operasional di lapangan kerja sesungguhnya sehingga makna belajar akan lebih tinggi, mahasiswa/i dapat meningkatkan dan memantapkan sikap profesional dalam usaha pembekalan untuk terjun kelapangan pekerjaan yang sebenarnya, dan mengenal lingkungan kampus berbeda dengan lingkungan kerja yang sesungguhnya.

## 1.2 Bidang yang diminati.

Dalam pelaksanaan kuliah kerja lapangan ini, mahasiswa diberikan kebebasan oleh Prodi untuk memilih sendiri perusahaan / instansi yang akan dijadikan sebagai tempat KKL serta bidang yang menjadi minat mahasiswa KKL. Dalam hal ini penulis memilih bidang **Divisi *Public Relations dan Press Release*** dan mengambil lokasi Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Labuhanbatu Utara.

Bidang yang dipilih karena penulis ingin mengetahui bagaimana cara kerja dan kegiatan – kegiatan apa-apa saja yang telah dilaksanakan oleh *public relations* Dinas KOMINFO Labuhanbatu Utara sebagai salah satu instansi yang pemerintahan Kabupaten Labuhanbatu Utara.

Penulis juga ingin mengetahui bagaimana kinerja *public relations* Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Labuhanbatu Utara dalam melaksanakan kegiatan dalam menyampaikan dan menginformasikan kebijakan-kebijakan program kerja yang telah dibuat instansi mengenai kinerja yang telah dicapai serta pembinaan hubungan baik dengan masyarakat atau publik, baik secara *internal* maupun *eksternal*.

## 1.3 Alasan memilih tempat KKL

Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Labuhanbatu Utara merupakan salah satu instansi milik daerah yang bergerak dalam Komunikasi dan Informatika di Labuhanbatu Utara. Penulis tertarik untuk memilih lokasi KKL ini karena penulis ingin melihat bagaimana cara *Public Relations* di sebuah instansi yang bergerak dalam Komunikasi dan Informatika membantu kinerja bupati dalam menjaga citra Pemerintahan Kabupaten Labuhanbatu Utara.

Sebagai salah satu instansi yang bergerak dalam Komunikasi dan Informatika Labuhanbatu Utara penulis berharap dapat menimba ilmu dari instansi ini sehingga nantinya pengalaman yang didapatkan selama masa KKL dapat berguna untuk program studi ilmu komunikasi dan bagi penulis sendiri. Ketertarikan dalam



penelitian ini di landasi karena adanya keinginan untuk mengetahui bagaimana strategi *Publik Relations* dalam menjaga citra daerah yang diterapkan seorang *Publik Relations* di DISKOMINFO Labuhanbatu Utara. Sehingga *Publik Relations* DISKOMINFO Labuhanbatu Utara masih dipercaya oleh pemerintahan dan public. Dalam penelitian ini juga penulis tertarik unruk mengetahui bagaimana seorang *Publik Relations* menjaga citra Pemerintahan Kabupaten Labuhanbatu Utara.

## BAB II

### LOKASI KEGIATAN

#### 2.1 Waktu Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan

Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan yang dilakukan penulis adalah selama sebulan, tepatnya pada tanggal 13 Juli 2020 sampai dengan tanggal 12 Agustus 2020.

#### 2.2 Lokasi Praktik Kerja Lapangan

Penulis melakukan Kuliah Kerja Lapangan pada salah satu Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Labuhanbatu Utara.

Alamat : Jl. Jenderal Sudirman No. 10-11 Kel. Aek Kanopan, Kec. Kualuh  
Hulu, Kab. Labuhanbatu Utara.

Website : <https://diskominfo.labura.go.id>

#### 2.3 Gambaran Umum DISKOMINFO

##### 2.3.1 Sejarah Singkat DISKOMINFO

Sesuai Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara, Kementerian Kominfo merupakan perangkat Pemerintah Republik Indonesia ini membidangi urusan yang ruang lingkupnya disebutkan dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, yaitu informasi dan komunikasi.

Kementerian Komunikasi dan Informatika mempunyai tugas menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang komunikasi dan informatika untuk membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Kementerian Kominfo dipimpin oleh seorang Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) yang sejak tanggal 23 Oktober 2019 dijabat oleh **Johnny Gerard Plate**.

#### a. Bermula dari Deppen

Kementerian Komunikasi dan Informatika, sebelumnya bernama "Departemen Penerangan" (1945-1999), "Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi" (2001-2005), dan Departemen Komunikasi dan Informatika (Depkominfo) (2005-2009).

Setelah proklamasi kemerdekaan dibentuk Lembaga Penerangan yang secara fungsional menjalankan kebijakan, pola dan pedoman penerangan dengan tujuan (1) membela dan mempertahankan kemerdekaan, (2) mengajak rakyat agar turut serta mempertahankan dan mengisi kemerdekaan serta (3) memperkenalkan Republik Indonesia di dan ke luar negeri. Selama periode 1959-1965, sesuai Haluan Pembangunan Nasional sebagai ketetapan MPRS, Departemen Penerangan dibentuk untuk menyelenggarakan penerangan melalui media penerangan antara lain radio, film, toestel dan foto, percetakan, kendaraan, mesin stensil, dan mesin ketik.

Mulai tahun 1966, salah satu tugas pokok organisasi penerangan adalah mengarahkan pendapat umum agar terbentuk dukungan, kontrol dan partisipasi sosial yang positif terhadap pelaksanaan kebijaksanaan pemerintah, selain untuk penerangan ke dalam dan luar negeri. Pada masa itu pengorganisasian ke dalam dilakukan agar Departemen Penerangan berfungsi menjadi Juru Bicara Pemerintah. Tanggal 15 September 1967 wewenang penerangan luar negeri (Penlugri) yang sejak 1959 dipegang Departemen Luar Negeri RI dialihkan kembali pengelolaannya kepada Departemen Penerangan.

Tahun 1971, untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas sarana media massa, dikembangkan sistem komunikasi terintegrasi melalui koordinasi, integrasi dan sinergi antarunsur-unsur penerangan pemerintah. Dibentuklah lembaga antara lain Badan Koordinasi Kehumasan Pemerintah (BAKOHUMAS) dan Badan Koordinasi Penerangan (BAKOPEN).

Di tingkat daerah, dibentuk jawatan penerangan provinsi, kantor penerangan kabupaten dan juru penerang di tingkat kecamatan. Di kabupaten dan kota dibentuk Pusat Penerangan Masyarakat (PUSPENMAS) dengan kegiatan utama penerangan antar pribadi didukung sarana penerangan di daerah seperti: radio, televisi, film penerangan, pers penerbitan, pameran dan pertunjukkan rakyat serta diskusi kerja.

**Gambar 1 sejarah kelembagaan komunikasi dan informatika**



### a. Masa Reformasi

Pada awal masa reformasi, tugas dan fungsi Departemen Penerangan tidak banyak berubah. Kelembagaan penerangan dipertahankan mulai dari tingkat pusat sampai provinsi dengan nama kantor wilayah departemen penerangan dan biro humas provinsi. Pasca pemberlakuan Undang-undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah, terjadi reposisi terhadap perangkat daerah sesuai kepentingan daerah. Kantor penerangan di bawah koordinasi pemerintah provinsi, kabupaten dan kota.

Sesuai dengan Kepres 153 Tahun 1999 dibentuk Badan Informasi dan Komunikasi Nasional (BIKN) di tingkat pusat, sedang di tingkat provinsi; kabupaten dan kota. Setahun setelah pembubaran Departemen Penerangan, dibentuk Lembaga Informasi Nasional (LIN), yang kemudian diubah lagi statusnya menjadi Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi (Kemeneq Kominfo).

Selanjutnya, tugas layanan informasi publik diserahkan kepada Menteri Negara Komunikasi dan Informasi. Sedang BIKN berubah menjadi Lembaga Informasi Nasional dan bertanggung jawab kepada Menteri Komunikasi dan Informasi.

Sejak tahun 2005, terjadi perubahan dari Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi menjadi Departemen Komunikasi dan Informatika. Sesuai dengan Peraturan Presiden Nomor 9 Tahun 2005, dilakukan integrasi Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi; Lembaga Informasi Nasional, dan Direktorat Jenderal Pos dan Telekomunikasi.

Salah satu fungsi penting Departemen Kominfo yang berkaitan dengan informasi adalah penyebarluasan informasi nasional dengan menciptakan keterbukaan akses informasi dan membangun serta mengembangkan infrastruktur telekomunikasi guna kepentingan seluruh warga negara.

Akhir tahun 2010 lalu, lembaga Kementerian Komunikasi dan Informatika menyempurnakan penataan organisasi. Paradigma baru kebijakan komunikasi menempatkan informasi sebagai bagian kebutuhan keseharian masyarakat. Fungsi informasi dikembangkan pada nilai tambah ekonomi, bukan sekadar 'penerangan', namun lebih dukungan komunikasi strategis untuk membangun integrasi nasional dengan baik.

#### **b. Transformasi Digital**

Dinamika teknologi informasi dan perkembangan ekonomi digital membuat Kementerian Komunikasi dan Informatika fokus untuk melakukan percepatan pemerataan infrastruktur digital berupa akses telekomunikasi dan jaringan internet. Selain terjadi perubahan nomenklatur, pada akhir tahun 2006, Kementerian Kominfo menerapkan pola pengelolaan keuangan badan layanan

umum berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor: 1006/KMK.05/2006 tentang Penetapan Balai Telekomunikasi dan Informatika Perdesaan (BTIP).

Seiring dengan pesatnya perkembangan di bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dan tuntutan akan ketersediaan layanan TIK di seluruh lapisan masyarakat, maka BTIP bertransformasi menjadi Balai Penyedia dan Pengelola Pembiayaan Telekomunikasi dan Informatika (BP3TI) pada tanggal 19 November 2010. Sejak Agustus 2017, Menteri Komunikasi dan Informatika mencanangkan nama baru bagi BP3TI menjadi BAKTI. Lembaga itu mempunyai tugas melaksanakan pengelolaan pembiayaan Kewajiban Pelayanan Universal dan penyediaan infrastruktur dan layanan telekomunikasi dan informatika.

Tugas dan fungsi utama Kementerian Komunikasi dan Informatika adalah merumuskan kebijakan nasional, kebijakan pelaksanaan, dan kebijakan teknis di bidang komunikasi dan informatika yang meliputi pos, telekomunikasi, penyiaran, teknologi informasi dan komunikasi, layanan multimedia dan desiminasi informasi.

(Sumber : <https://kominfo.go.id/content/detail/457/sejarah/0/page>)

**Gambar 2 : Logo Diskominfo**



Arti visualisasi logo Departemen Komunikasi dan Informatika menurut KEPMENKOMINFO No.144/KEP/M.KOMINFO/4/2007

Tentang penerapan logo Departemen Komunikasi dan Informatika Menteri Komunikasi dan Informatika adalah sebagai berikut:

Bentuk dasar mengambil dasar unsur-unsur sebagai berikut, secara menyeluruh bentuk logo ini terbentuk dari susunan tiga huruf C yang merupakan singkatan dari Communication, Content and Computer, yang merupakan bidang utama tugas Departemen komunikasi dan Informatika.

Bentuk geometris yang membentuk tiga bidang yang secara optis bersumber dari satu titik pusat memutar menyebar/melebar, mengandung pengertian bahwa Depkominfo mempunyai tugas untuk meningkatkan akses komunikasi dan pos yang berkualitas, merata dan terjangkau, juga menggambarkan unsur kegiatan penyiaran, bentuk ini pun menyiarkan kesan “berkembang” sesuai dengan visi depkominfo dalam peningkatan litbang dan industri.

Bentuk ini pun secara garis besar membentuk lingkaran, menyiratkan kemandirian . secara sepintas bentuk logo ini menyerupai sebuah kerang terinspirasi oleh nafiri, alat komunikasi tradisional yang sering dipakai oleh leluhur bangsa indonesia untuk berkomunikasi.

(Sumber:<http://diskominfo.acehprov.go.id/index.php/profil/read/2017/08/10/109/arti-lambang-kominfo.html>)

### **2.3.2 Profil Umum DISKOMINFO Labuhanbatu Utara**

Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Labuhanbatu Utara pertama kali dibentuk pada awal tahun 2017 dikarenakan berkembangnya kemajuan teknologi informasi dan informatika, perkembangan tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi pemerintah daerah di bidang komunikasi dan informatika secara tepat dan sinergis teknologi yang ada di kabupaten Labuhanbatu Utara.

Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Labuhanbatu Utara dibentuk untuk membantu kinerja bupati dalam melaksanakan urusan pemerintah yang menjadi kewenangan bupati dan tugas pembantu yang menjadi kewenangan bupati dan tugas pembantu yang diberikan oleh pemerintahan pusat dibidang komunikasi, informatika dan statistik persandian.

Kepala dinas komunikasi, informatika dan statistik persandian Labuhanbatu Utara dalam melaksanakan tugasnya sehari-hari dibantu oleh seorang sekretaris dan 3 orang kepala bidang, yaitu kepala bidang KIP (komunikasi Informasi Publik), ITE (Informasi Teknologi), kepala bidang Statistik dan persandian.

Tugas pokok Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Labuhanbatu Utara yaitu:

**a. Kepala Dinas**

Membantu bupati melakukan urusan pemerintahan bidang Komunikasi, Informasi dan Persandian serta tugas pembantuan.

**b. Sekretariat**

Melaksanakan sebagian tugas dinas dalam pelayanan teknis dan administratif serta koordinasi pelaksanaan tugas di lingkungan dinas.

1. Subbagian umum

Melaksanakan sebagian tugas sekretariat dalam urusan ketatausahaan , kerumahtanggaan, organisasi, ketatalaksanaan, kepegawaian, penyusunan bahan kerjasama, publikasi dan hubungan masyarakat.

2. Subbagian keuangan

Melaksanakan sebagian tugas Sekretariat di bidang penyusunan rencana kerja dan rencana kerja anggaran dan pengelolaan keuangan meliputi pembukuan, perhitungan anggaran dan verifikasi serta perbendaharaan di lingkungan Dinas.

**c. Bidang Komunikasi dan Informasi Publik (KIP)**



Melaksanakan sebagian tugas Dinas dalam penyiapan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria, dan pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang pengelolaan opini dan aspirasi publik di lingkup Pemerintah Daerah, pengelolaan informasi untuk mendukung kebijakan Nasional dan Pemerintah Daerah, penyediaan konten lintas sektoral dan pengelolaan media komunikasi publik, pelayanan informasi publik, layanan hubungan media, penguatan kapasitas sumber daya komunikasi publik dan penyediaan akses informasi.

1. Seksi pemberitaan dan kemitraan media

Melaksanakan sebagian tugas Bidang Komunikasi dan Informasi Publik dalam penyiapan bahan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria, dan pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan terkait fungsi pengelolaan opini dan aspirasi publik di lingkup Pemerintah Daerah, serta pengelolaan informasi untuk mendukung kebijakan Nasional dan Pemerintah Daerah.

2. Seksi dokumentasi dan publikasi

Melaksanakan sebagian tugas Bidang Komunikasi dan Informasi Publik dalam penyiapan bahan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria, dan pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan terkait fungsi penyediaan konten lintas sektoral dan pengelolaan media komunikasi publik, serta penguatan kapasitas sumber daya komunikasi publik dan penyediaan akses informasi di Kabupaten.

3. Seksi layanan komunikasi dan informatika

Melaksanakan sebagian tugas Bidang Komunikasi dan Informasi Publik dalam penyiapan bahan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria, dan pemberian bimbingan

teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan terkait fungsi pelayanan informasi publik, serta layanan hubungan media di Kabupaten.

#### **d. Bidang Teknologi Informasi**

Melaksanakan sebagian tugas Dinas dalam penyiapan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria, dan pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang layanan infrastruktur dasar data center, *disaster recovery center* dan TIK, layanan pengembangan intranet dan penggunaan akses internet, layanan sistem komunikasi intra Pemerintah Kabupaten, layanan keamanan *informasi e-Government*, layanan manajemen data dan *informasi e-Government*, layanan pengembangan dan pengelolaan aplikasi generik dan spesifik dan suplemen yang terintegrasi, integrasi layanan publik dan pemerintahan, penyelenggaraan ekosistem TIK Smart City, penyelenggaraan *Government Chief Information Officer (GCIO)* Pemerintah Kabupaten, pengembangan sumber daya TIK Pemerintah Daerah dan masyarakat, layanan nama domain dan sub domain bagi lembaga, pelayanan publik dan kegiatan Kabupaten.

##### **1. Seksi operasionalisasi sistem informasi dan pengembangan situs web pemerintah daerah**

Melaksanakan sebagian tugas Bidang Teknologi Informasi dalam penyiapan bahan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria, dan pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan terkait fungsi layanan infrastruktur dasar data center, di *saster recovery center* dan TIK, layanan pengembangan intranet dan penggunaan akses internet, layanan sistem komunikasi intra Pemerintah Kabupaten, layanan keamanan informasi *e-Government* di Kabupaten, layanan penyelenggaraan *Government Chief Information Officer (GCIO)* Pemerintah Kabupaten, pengembangan sumber

daya TIK Pemerintah Kabupaten dan masyarakat, layanan nama domain dan sub domain bagi lembaga, pelayanan publik dan kegiatan Kabupaten.

## 2. Seksi pengembangan perangkat lunak dan aplikasi informatika

Melaksanakan sebagian tugas Bidang Teknologi Informasi dalam penyiapan bahan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria, dan pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan terkait fungsi layanan manajemen data dan informasi *e-Government*, layanan pengembangan dan pengelolaan aplikasi generik, spesifik dan suplemen yang terintegrasi, integrasi layanan publik dan pemerintahan, penyelenggaraan ekosistem TIK *Smart City* di Kabupaten.

### e. Bidang Statistik, Persandian dan Telematika

Melaksanakan sebagian tugas Dinas dalam penyusunan bahan perumusan, pelaksanaan kebijakan serta evaluasi dan pelaporan di bidang pengumpulan dan pengolahan data, pengelolaan persandian dan telematika.

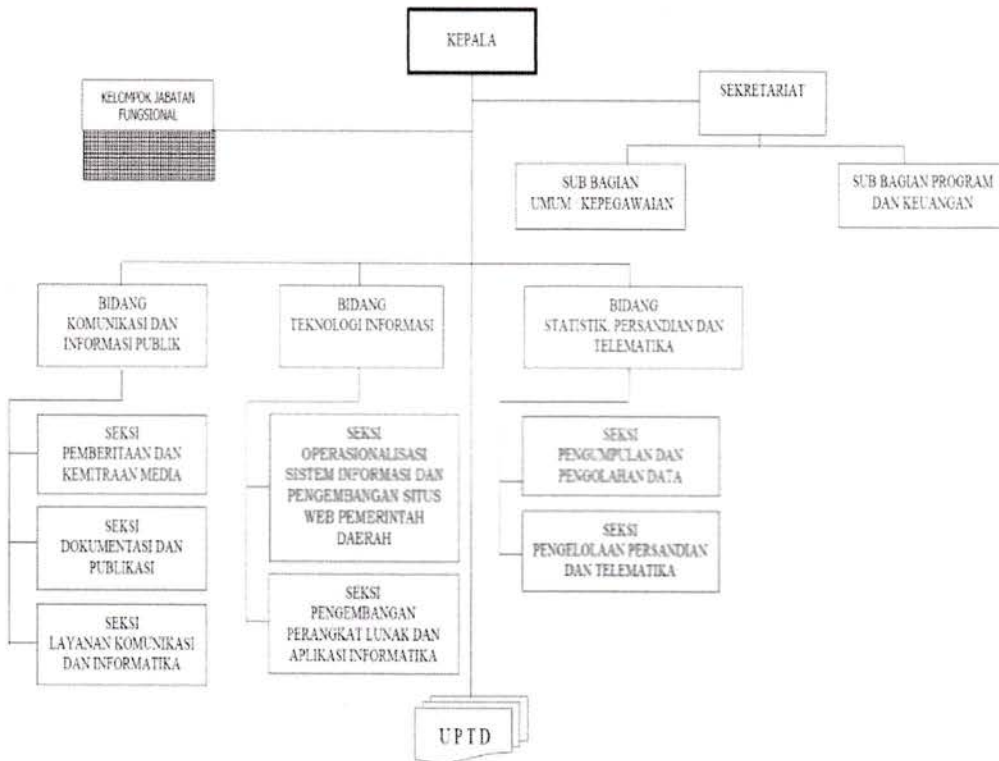
#### 1. Seksi pengumpulan data dan pengolahan data

Melaksanakan sebagian tugas Bidang Statistik, Persandian dan Telematika dalam penyusunan bahan perumusan, pelaksanaan kebijakan serta evaluasi dan pelaporan di bidang pengumpulan dan pengolahan data.

#### 2. Seksi pengelolaan persandian dan telematika

Melaksanakan sebagian tugas Bidang Statistik, Persandian dan Telematika dalam penyusunan bahan perumusan, pelaksanaan kebijakan serta evaluasi dan pelaporan di bidang pengelolaan persandian dan telematika. (Sumber : <https://diskominfo.labura.go.id>).

**Gambar 3 : Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO).**



### 2.3.3 Visi dan Misi DISKOMINFO Labuhanbatu Utara

Seiring dengan perkembangan Komunikasi dan Informatika, DISKOMINFO Labuhanbatu Utara memiliki visi dan misi sebagai berikut:

#### a. Visi DISKOMINFO Labuhanbatu Utara

Terwujudnya layanan komunikasi dan teknologi informatika yang handal dan berdaya saing menuju Labuhanbatu Utara maju, berbudaya dan sejahtera.

#### b. Misi DISKOMINFO Labuhanbatu Utara

1. Memperluas jangkauan layanan teknologi informasi keseluruhan masyarakat.
2. Mewujudkan manajemen penyelenggaraan pemerintah yang baik (Good Government) efektif, efisien, profesional, transparan.

3. Akuntabel melalui komunikasi dan informatika.
4. Meningkatkan peran serta masyarakat dalam mewujudkan informasi yang beretika dan bertanggung jawab.
5. Meningkatkan kualitas sumber daya aparatur.
6. Meningkatkan peran pusat informasi masyarakat dan penyerapan inspirasi masyarakat.
7. Meningkatkan pelayanan informasi data yang berkualitas dan memadai bagi pemangku kepentingan.

(Sumber : <https://diskominfo.labura.go.id> ).

## BAB III

### PELAKSANAAN PROGRAM

#### 3.1 Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan

Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dilaksanakan selama 1 bulan terhitung dari tanggal 13 Juli – 12 Agustus 20120. Dengan jadwal 5 hari kerja 2 hari off. Jam kerja dimulai pada pukul 08.00 sampai 17.00 WIB. Selama KKL penulis di tempatkan di divisi *Publik Relations* dan *Press Release* DISKOMINFO Labuhanbatu Utara yang bertugas menjaga citra pemerintahan kabupaten dan melakukan pekerjaan kantor (Membuat berita online, Melakukan peliputan berita, Membantu dalam pengambilan dokumentasi, Mengedit frame iklan, spanduk dan brosur, Mendata pemasangan spanduk, membantu dalam surat menyurat, dan melakukan customer service menerima tamu vidkom). Selama berlangsungnya pelaksanaan kuliah kerja lapangan terdapat berbagai kegiatan yang harus dilakukan setiap harinya tetapi penulis juga menangani tugas-tugas lain yang diberikan oleh pegawai di bagian tersebut.

Sebelum pelaksanaan KKL penulis harus memahami dan memenuhi segala peraturan dan tata tertib yang berlaku di DISKOMINFO Labuhanbatu Utara. Selama melakukan KKL penulis harus beradaptasi dan menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja, baik aktivitas di lingkungan kerja maupun individu setiap pegawai di lingkungan kerja. Dengan beradaptasi dan bersosialisasi dan adanya bantuan dari pembimbing lapangan dan dosen pemimbing serta teman – teman yang ada penulis dapat melaksanakan tugas dan aktivitas yang diberikan oleh pembimbing lapangan dengan sebaik – baiknya.

Pada divisi *Publik Relations* penulis di berikan tugas yang terkait dengan kehumasan dan membantu pekerjaan kantor di divisi *Publik Relations press release*. Tugas yang diberikan adalah melakukan peliputan berita, membuat berita online, membantu dalam pengambilan dokumentasi, melakukan customer service dalam menerima tamu vidkom, mengedit frame iklan, spanduk dan brosur, dan mendata pemasangan spanduk.

### **3.2 Tugas –tugas selama KKL**

Selama melakukan Kuliah Kerja Lapangan di DISKOMINFO Labuhanbatu Utara, penulis telah melakukan berbagai kegiatan dan beberapa tugas yang telah diberikan. Sebelum mengerjakan tugas penulis diberikan briefing dan pengarahan terlebih dahulu mengenai cara kerja perusahaan. Tugas dan kegiatan yang dilakukan oleh penulis selama KKL antara lain:

1. Membantu mengedit frame iklan, spanduk dan poster.
2. Membuat data pemasangan spanduk untuk sekolah
3. Melakukan liputan pada beberapa kegiatan seperti memperingati hari jadi Kabupaten Labuhanbatu Utara, pelantikan PNS di kantor bupati Kabupaten Labuhanbatu Utara.
4. Ikut membantu dalam pembuatan berita online.
5. Ikut menghadiri seminar yang diadakan KOMINFO seluruh Indonesia melalui Vidkom
6. Melakukan dokumentasi di beberapa kegiatan seperti di kegiatan memperingati hari jadi Kabupaten Labuhanbatu Utara, pelantikan PNS di kantor bupati Kabupaten Labuhanbatu Utara, dan pertemuan Vidkom di kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Labuhanbatu Utara.
7. Membantu dalam surat menyurat.
8. Dan melakukan customer service dan menerima tamu.

### **3.3 Hasil Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan**

#### **3.3.1 Identifikasi Tugas Yang Relevan**

Selama pelaksanaan kuliah kerja lapangan penulis merasa bahwa tugas – tugas yang diberikan oleh pihak Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) telah sesuai dengan disiplin ilmu yang penulis pelajari selama masa perkuliahan. Contohnya saat ditugaskan untuk meliput berita penulis tidak terlalu menemukan kendala yang berarti dikarenakan selama masa perkuliahan penulis sudah diajarkan bagaimana cara meliput berita yang baik dan benar.

Begitu pula dalam pengiklanan, materi ini sudah diajarkan sebelumnya pada saat perkuliahan sehingga penulis hanya tinggal menerapkan saja ilmu – ilmu yang telah didapatkan sebelumnya pada saat KKL ini. Kegiatan yang sering dilakukan adalah membuat spanduk, poster, frame iklan. Teori dan materi tentang kehumasan ini sudah diajarkan pada mata kuliah Teknik publisitas, dan teknik periklanan sehingga penulis dapat secara nyata mempraktekkan teori dan materi yang sudah dipelajari.

Dalam teori dan praktikum fotografi, juga dapat diterapkan pada KKL ini karena salah satu tugas penulis adalah membantu dalam mengambil foto ketika ada kegiatan yang diselenggarakan di daerah Kabupaten Labuhanbatu Utara. Hal ini sangat bermanfaat karena penulis dapat mengetahui bagaimana teknik dalam mengambil foto yang menarik untuk dokumentasi. Hambatan dalam KKL selalu ada tapi dengan teori yang sudah dipelajari saat perkuliahan semoga tugas yang diberikan selama KKL dapat dikerjakan dan memberikan hasil yang maksimal.

### **3.3.2 Identifikasi Keterampilan Baru Yang Diperoleh**

Selama melaksanakan KKL penulis juga mendapatkan beberapa keterampilan baru dan pengalaman baru di dunia *Publik Relations* dalam instansi. Karena sebagian besar pekerjaan sudah pernah diajarkan dan didapatkan pada saat perkuliahan pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Salah satu keterampilan baru yang diperoleh saat KKL adalah :

Penulis mendapatkan keterampilan secara langsung dalam meliput kegiatan yang dilakukan oleh team komunikasi informasi public (KIP) DISKOMINFO Labuhanbatu Utara, serta keterampilan dalam membuat / mengedit pengiklanan. Dalam proses pengiklanan penulis diberi kesempatan untuk membantu dalam membuat spanduk, poster, frame iklan untuk beberapa kegiatan acara selama proses KKL yang dilaksanakan di daerah Kabupaten



Labuhanbatu Utara seperti spanduk kegiatan hari jadi kabupaten labuhan batu utara yang ke-21 tahun, kegiatan Idul Adha, menyambut 17 agustus 2020, dll.

### **3.3.3 Identifikasi Kendala Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan**

#### **Pada umumnya**

Pada umumnya pelaksanaan kuliah kerja lapangan tidaklah semudah yang penulis bayangkan karena penulis menemukan kendala saat pelaksanaan kuliah kerja lapangan. Tidak semua pekerjaan yang diberikan dapat terselesaikan tepat waktu dan tidak semua kegiatan terlaksanakan seutuhnya.

Selama melakukan kuliah kerja lapangan pada DISKOMINFO Labuhanbatu Utara penulis juga menemukan beberapa kendala yaitu:

1. Terbatasnya waktu KKL yaitu hanya sebulan saja, sehingga dalam pelaksanaan penulis harus mempelajari semua tugas dengan waktu yang singkat.
2. Kegiatan KKL selama Covid 19 banyak di tiadakan, sehingga penulis terbatas untuk melakukan kegiatan di lapangan
3. Berkomunikasi kepada pembimbing lapangan. Susahnya dalam berkomunikasi secara langsung kepada pembimbing lapangan dikarena terlalu sibuk dengan tugasnya.

## BAB IV

### PEMBAHASAN

#### 4.1 Analisis Terhadap Aktivitas KKL

Pada bagian ini penulis akan membahas dan menganalisis aktivitas – aktivitas yang dilaksanakan selama KKL dengan teori dan pendapat tokoh yang diperoleh selama kuliah atau berbagai referensi.

#### 4.2 pengertian *Public Relation*

Frank Jefkins (1995 : 9) mengatakan bahwa : “*Public Relations* adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian”.

Dalam buku *Crystallizing Public relations* menyatakan bahwa “*Public Relations* adalah proses interaksi dimana *public relations* menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan kedua belah pihak, dan menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik, bertujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan saling adanya pengertian, dan citra yang baik dari publiknya”.

J.C.Hooftman mengatakan bahwa : “*Publik Relations* untuk membangkitkan opini publik yang positif terhadap sesuatu badan publik harus diberi penerangan-penerangan yang lengkap dan objektif mengenai kegiatan-kegiatan yang menyangkut kepentingan mereka, sehingga dengan demikian akan timbul pengertian dari padanya. Selain dari pada itu pendapat-pendapat dan saran-saran dari publik mengenai kebijaksanaan badan itu harus diperhatikan dan dihargai.

Howard Honham mengatakan bahwa : “ *Public Relations* adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian public yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan public terhadap seseorang atau sesuatu organisasi/badan.

Defenisi PR dalam *PR News*, sebuah *house journal* berbentuk *newsletter* yang terbit mingguan, menyebutkan bahwa PR adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengindenfikasi kebijakan dan prosedur dari individu

atau sebuah organisasi untuk kepentingan publik, membuat perencanaan dan melaksanakan program tindakan untuk memperoleh pengertian dan dukungan publik (Agee. 2001).

Jadi berdasarkan definisi-definisi diatas terdapatlah didalam Public Relations itu suatu kegiatan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, goodwill kepercayaan, penghargaan pada dan dari public sesuatu badan khususnya dan masyarakat umumnya, dalam public relations terdapat suatu usaha untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antar suatu badan dengan publiknya, usaha untuk memberikan atau menanamkan kesan yang menyenangkan, sehingga akan timbul opini public yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup badan itu.

*Publik relations* yang baik tidak dapat dilakukan secara instan tetapi dilakukan dengan diciptakan secara bertahap. Oleh karenanya, kredibilitasnya melebihi dari konsep periklanan. Secara tradisional, iklan didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media. Iklan berbeda dengan pengumuman biasa. Iklan lebih diarahkan untuk ikut membujuk orang supaya membeli, seperti yang dikatakan oleh Frank Jefkins (Elvinaro, 2009: 78) “*Advertising aims to persuade people to buy*”

### **4.3 Tujuan Publik Relations**

Public Relations memiliki tujuan yang diantaranya, yaitu :

1. Menciptakan public understanding (pengertian publik). Pengertian belum berarti persetujuan/penerimaan, dan persetujuan belum berarti penerimaan. Di sini public memahami organisasi/perusahaan tersebut dalam masalah produk/jasa, aktivitas-aktivitas, reputasi, perilaku manajemen, dsb.
2. Menciptakan *public Confidence* (adanya kepercayaan publik terhadap perusahaan).

3. Menciptakan *public Support* (adanya unsur dukungan dari publik terhadap perusahaan) baik itu dalam bentuk material maupun spiritual.
4. Menciptakan *public Cooperation* (adanya kerjasama dari publik terhadap perusahaan).

#### **4.4 Fungsi *Public Relations***

1. Menumbuhkan dan mengembangkan komunikasi atau hubungan baik antara lembaga / organisasi dengan publiknya, baik *public internal* maupun *public eksternal* dalam rangka menanamkan pengertian.
2. Menumbuhkan motivasi dan partisipasi *public* dalam rangka menciptakan iklim pendapat *public* yang menguntungkan organisasi / lembaga.
3. Mengabdikan kepada kepentingan umum.
4. Menitikasi alat untuk mencapai tujuan *harmoni public opinion*.

#### **4.5 Metode *Public Relations***

Metode *Public Relations* dalam Menangani Krisis Kepercayaan dan Menurunnya Citra daerah. Daerah yang baik adalah daerah yang berhasil mencapai cita-cita dan tujuannya secara maksimal. Begitu pula dengan kerja praktisi PR yang bertugas menangani krisis kepercayaan dan mengembalikan citra positif daerah dimana praktisi PR ini bernaung. Untuk kelancaran jalannya proses pencapaian tujuan tersebut dilakukan cara-cara penyelenggaraan kerja yang seefisien mungkin dengan mengingat faktor tujuan, biaya, fasilitas, waktu, dan tenaga. Dengan kata lain bahwa PR memerlukan metode kerja yang menjadi syarat mutlak untuk mencapai tujuan.

Metode pekerjaan PR ditekankan pada penelitian terhadap publik. Dari penelitian disusun rencana kerja, kemudian dilaksanakan, lalu dilakukan evaluasi. Secara sistematis proses pekerjaan PR dalam menangani krisis dan menurunnya citra daerah dapat digambarkan sesuai tahapan, yaitu :

#### 4.5.1 Penelitian (*Research*)

Penelitian mempunyai peranan sangat penting sebagai kegiatan pendukung dalam melaksanakan fungsi PR, baik untuk memperoleh data, fakta lapangan mengenai citra daerah, persepsi, pandangan, dan opini public secara akurat serta tanggapan khalayak sebagai target sebagai sasaran mengenai kebijaksanaan, pelayanan, program kerja, aktivitas daerah.

Menurut Ann H. Barkelew, *Senior Vise President of Fleishman-Hillard's Office*, Amerika menjelaskan bahwa sangat pentingnya peranan penelitian untuk mencapai kesuksesan atau efektivitas dalam pelaksanaan praktik PR (Cutlip, 2000 : 351).

Secara ilmiah kita mengenal beberapa jenis penelitian : *survey, case study, activity analysis, content/document analysis*, serta penelitian *follow up*. Semua jenis penelitian tersebut dapat digunakan praktisi PR untuk mencapai tujuannya.

#### 4.5.2 Perencanaan (*Planning*)

Setelah mendapatkan hasil laporan yang berupa data dan fakta dari penelitian, PR kemudian menyusun rencana kerja. Dalam hal ini rencana kerja disusun tidak berdasarkan pada keinginan yang dipaksakan dan irrasional. Perencanaan yang baik bersifat *rasional, flexible*, dan berkelanjutan.

- a. Tujuan dari perencanaan PR adalah :
  1. Mengubah citra.
  2. Membentuk citra baru.
  3. Memperkenalkan daerah.
  4. Meningkatkan *community relations*.
  5. Menentukan partisipasi pemimpin dalam kehidupan masyarakat (*public life*).
  6. Memberitahukan kegiatan penelitian.

Keberhasilan perencanaan tergantung pada keterampilan dan efisiensi praktisi PR. Salah satu faktor yang bisa dijadikan tolak ukur keberhasilan dari perencanaan tersebut adalah pembentukan opini, sikap, dan citra.

#### 4.5.3 Pelaksanaan (Action)

Pelaksanaan dilakukan setelah rencana yang matang mendapatkan persetujuan dari semua pihak terkait. Pelaksanaan kerja merupakan kegiatan operasional dalam melakukan apa yang telah direncanakan. Pengembalian kepercayaan dan citra perusahaan dilakukan dengan menggabungkan tenaga kerja, alat-alat, informasi, waktu, tempat, dan uang. Pelaksanaan ini dikatakan sukses apabila tujuan telah tercapai. Dalam hal ini berbagai cara dan teknik digunakan diantaranya yaitu pendekatan terhadap pegawai (*internal public*) dan pendekatan kepada umum (*eksternal public*). Untuk mengembalikan kepercayaan publik dan citra perusahaan diutamakan pendekatan kepada umum karena menyangkut pandangan masyarakat secara luas.

Ada beberapa instrument yang dilakukan praktisi PR dalam melaksanakan membentuk citra lembaga dalam daerah diantaranya :

1. Publisitas, merupakan komunikasi kepada publik melalui media massa atau langsung *face to face*, dan tidak memerlukan suatu bayaran, baik dari pihak komunikator (PR) maupun dari pihak media massa yang bersangkutan. Dalam membangun citra lembaga instrument ini sering digunakan, terutama jika lembaga tersebut sedang dalam permasalahan finansial (*deficit*).
2. Periklanan (*Advertising*), periklanan merupakan suatu kegiatan yang terkait dengan dua bidang kehidupan manusia sehari-hari, yakni ekonomi dan komunikasi. Dengan iklan citra suatu perusahaan bisa menjadi lebih baik. Iklan hanya menyebutkan sisi positif perusahaan. Iklan yang terus menerus yang ditayangkan dapat mempengaruhi pola perilaku, pandangan, serta kepercayaan masyarakat.

3. Demonstrasi adalah sesuatu yang bisa mempercepat pengaruh terhadap khalayak sasaran serta meningkatkan citra yaitu demonstrasi. Dalam hal ini penglihatan, pendengaran, dan pemikiran publik bisa terkonsolidasi seketika sehingga menimbulkan penilaian yang bisa mendorong ke arah tindakan publik yang positif. Terutama pandangan atau image akan lebih baik terlihat oleh khalayak
4. Propaganda, agar publik menerima apa yang disodorkan serta mau menanamkan citra yang positif dan timbul kepercayaan, daerah dan petugas PR hendaknya melakukan propaganda. Propaganda merupakan kegiatan persuasif untuk mempengaruhi seseorang, suatu kelompok, atau orang banyak dengan dasar-dasar psikologis agar menerima suatu ide yang pada waktu tertentu belum tentu di terima.
5. *House Organ* ( Penerbitan Majalah Daerah ). Agar pencitraan yang sudah dicapai tetap bertahan maka diberikanlah informasi kepada pihak khalayak atau pihak eksternal melalui majalah khusus yang diterbitkan oleh daerah, dan biasa disebut house organ.
6. *Open House*, memperkenalkan citra daerah dapat juga dilaksanakan dengan cara mengundang dan menerima tamu untuk keperluan pencitraan tersebut. Tujuan utamanya adalah agar dikenal dan populernya daerah dikalangan masyarakat.

#### 4.5.4 Penilaian (*Evaluation*)

Penilaian ini tahap dimana pemeriksaan terhadap program dan rencana yang dapat dilakukan. Tahap ini berguna untuk mengetahui permasalahan yang harus diperhatikan lebih lanjut.

### 4.6 Hubungan *Public Relations*

#### 4.6.1 *Eksternal Public Relations*

Salah satu tujuan keluar *Public Relations* (*Eksternal Public Relations*) adalah mempererat hubungan dengan orang-orang atau instansi-instansi di luar

organisasi atau perusahaan (*public*), demi terciptanya *opini public* yang menguntungkan organisasi atau perusahaan itu. Tugasnya adalah mengadakan komunikasi dua arah yang sifatnya *informative* dan *persuasive* kepada *public eksternal*.

Informasi harus diberikan dengan jujur, berdasarkan fakta, dan harus diteliti, karena *public* mempunyai hak untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya tentang sesuatu yang menyangkut tentang kepentingannya.

#### 1. Hubungan melalui kontak pribadi (*personal contact*)

Salah satu pekerjaan petugas *Public Relations* adalah memikirkan dan memperhatikan kepentingan *public*. Wawasan seseorang petugas Publik Relations (PRO) biasanya di bentuk oleh pengalaman-pengalaman mereka, misalnya dengan memperhatikan sikap, tindakan, kebiasaan, cara-cara melayani, dan sebagainya. Yang terpenting untuk diperhatikan disini adalah perlakuan terhadap perorangan yang mempunyai hubungan atau berhubung dengan organisasi / perusahaan itu (*personal contact*). Seseorang petugas Publik Relations yang berhubungan langsung dengan publiknya harus selalu bersikap ramah, sopan, selalu bersedia mendengarkan apa yang dikatakan dan di tanyakan *public*.

#### 2. Hubungan melalui Media Massa (*press realations*)

Penyelenggaraan dengan media massa merupakan hal yang penting dalam kegiatan *Publik Relations*, karena media massa, terutama pers, mempunyai peranan penting dalam penyebaran informasi/berita kepada masyarakat, juga kepada pemerintah (pejabat-pejabat pemerintah), dan dalam pembentukan pendapat umum.

Seorang Publik Relations harus mempunyai hubungan yang luas dan baik dengan pimpinan atau wakil surat kabar, majalah, kolumnis, penulis *feature*, pimpinan radio/televise/film, dan sebagainya. Hubungan pribadi harus dipelihara berdasarkan integritas profesi. Dalam hubungan ini, petugas *Publik Relations* harus memperlakukan semua media massa secara sama, sebab sikap



yang tidak sama terhadap media massa justru dapat merugikan organisasi/perusahaan/instansinya.

### 3. Hubungan dengan masyarakat (*community relations*)

Yang dimaksud disini adalah hubungan antara lembaga dan masyarakat sekitar. Hal ini dimaksudkan agar lembaga bisa dianggap sebagai warga yang baik dan tidak merugikan masyarakat sekitar, serta ikut berpartisipasi dengan masyarakat sekitarnya.

### 4. Hubungan dengan pemerintahan (*government relations*)

Tujuannya adalah memelihara hubungan dengan pemerintah pusat dan daerah dimana lembaga itu berada agar birokrasi dan kesulitan yang ada pada lembaga dapat diselesaikan dengan lancar.

#### 4.6.2 *Internal Publik Relations*

Pada prinsipnya hubungan ini menekankan bagaimana suasana secara keorganisasian lembaga / instansi bias harmonis.

Bentuk-bentuk hubungan ke dalam ini antara lain:

##### 1. *Employee Relations*

Hubungan yang dilaksanakan antara manajemen dengan karyawan dimana hubungan itu meliputi semua jajaran yang berada di dalam instansi itu dari tingkat pimpinan tertinggi sampai terendah. Hubungan yang dilakukan tersebut dalam rangka kepegawaian secara formil.

##### 2. *Human relations*

Hubungan yang dilaksanakan antara sesama karyawan dimana hubungan tersebut dilaksanakan tidak secara formal. Jadi hubungannya bersifat manusiawi baik itu dari karyawan yang berkedudukan tinggi sampai yang terendah dengan menanggalkan atribut jabatan, dan statusnya. Tujuan human relations ini untuk mempererat rasa kesejahteraan dan kebahagiaan bersama.

#### 4.7 *Cyber Publik Relations*

*Cyber public relations* adalah kegiatan kehumasan yang dilakukan melalui dunia maya atau ruang maya (*cyber space*) atau yang biasa dikenal oleh orang-orang sebagai internet, sedangkan *electronic public relations* merupakan penerapan dari perangkat *ICT (information and com*

*munication Technologies)* untuk keperluan *public relations* (Deena-doejek:2007).

*Cyber Public Relations* atau *E-PR* adalah merupakan inisiatif *public relations* yang menggunakan media internet sebagai sarana publisitas (*JuliusOnggo, 2004:1*) Dengan memanfaatkan internet, perusahaan berusaha untuk membangun sebuah *one to one relations* secara simultan dan bersifat interaktif dengan publik sasarnya. Kegiatan *cyber public relations* tersebut dapat menghasilkan apa yang disebut sebagai 3R bagi perusahaan, yaitu (*JuliusOnggo, 2004:6*):

1. Relations, mampu berinteraksi dengan berbagai target audiens untuk membangun hubungan dan citra perusahaan
2. Reputasi, Aset yang paling penting dalam suatu bisnis. *Cyber public relations* merupakan suatu senin dalam membangun reputasi online secara berkesinambungan.
3. Relevansi, artinya adalah mengupayakan agar kegiatan inisiatif *public relations* secara online relevan dengan target publik korporat.

*Cyber public Relations* atau dikenal sebagai *E-Publik Relations* Internet telah membuat para pelaku *Public Relations* juga memanfaatkan media online karena media ini memang sudah tidak dapat dihindarkan. Apalagi *public relations* melalui media internet memiliki banyak peranan yang lebih besar dan luas dibandingkan dengan *public relations* di dunia nyata. Jika *public relations* offline, anda akan bergantung pada seseorang perantara yang disebut reporter atau wartawan atau editor dalam menyampaikan pesan-pesan korporat untuk di tayangkan di media cetak demi membangun citra perusahaan / instansi.

#### **4.8 Divisi *Public Relations* Pada Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Labuhanbatu Utara.**

*Public Relations* dan *Press Release* DISKOMINFO Labuhanbatu Utara merupakan jembatan antara pemerintahan Kabupaten dengan *public* di Kabupaten Labuhanbatu Utara. Untuk meningkatkan dan menjaga Citra di Mata Publik, PR diskominfo Labuhanbatu Utara membangun strategi dengan cara pembuatan *website*, *facebook*, *twitter*, *instagram* dan media interaktif lainnya untuk memperkenalkan kepada masyarakat bahwa masih ada lembaga yang berfungsi sebagai jembatan antara masyarakat dan Pemerintah Kabupaten Labuhanbatu Utara dengan cara bekerja sama dengan media di luar *Public Relations* seperti bekerjasama dengan radio daerah dalam penyiaran informasi, dan bekerjasama dalam penerbitan berita surat kabar umum. Membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi, memberikan solusi, memberikan informasi terbaru, bahkan memberikan pelayanan kepada masyarakat mengenai IT. Banyaknya masyarakat yang belum mengenal IT bias mengirimkan proposal guna dibina untuk menjalankan IT, agar semakin banyak jumlah masyarakat yang bisa menggunakan IT. Adapun strategi yang dilakukan Dinas Kominfo untuk meningkatkan citra di mata publik menjalin hubungan baik dengan *public eksternal* dan *public internal*. Strategi operasional yang digunakan oleh *Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika: Pendekatan *persuasive* dan *edukatif*. Pendekatan kerjasama dengan *public internal* yang meliputi hubungan dengan para pegawai dan hubungan dengan *stakeholder*, *public eksternal* yang meliputi hubungan dengan media massa dan hubungan dengan para pengunjung

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dalam pelaksanaan kuliah kerja lapangan di Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Labuhanbatu Utara ini penulis mendapatkan banyak pengetahuan secara nyata dalam menerapkan ilmu yang diperoleh pada saat perkuliahan, sehingga dapat dipraktekkan secara maksimal ketika melaksanakan kuliah kerja lapangan.

Berdasarkan uraian kuliah kerja lapangan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Teori – teori yang telah diajarkan saat perkuliahan ternyata banyak diterapkan dalam melaksanakan kuliah kerja lapangan.
2. Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Labuhanbatu Utara merupakan instansi yang bergerak dibidang komunikasi, informatika dan statistik persandian.dibentuk untuk membantu kinerja bupati dalam melaksanakan urusan pemerintah yang menjadi kewenangan bupati dan tugas pembantu yang menjadi kewenangan bupati dan tugas pembantu yang diberikan oleh pemerintahan pusat.
3. Public Relations Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Labuhanbatu Utara selalu memberikan layanan yang baik mengenai citra daerah Kabupaten Labuhanbatu Utara.

Penulis merasa bahwa peran Publik Relations dalam instansi memiliki peranan yang penting dalam membuat kebijakan, dan membentuk citra daerah Kabupaten Labuhanbatu Utara. Dengan menerapkan teori memproses informasi dalam public relation dapat memudahkan membentuk citra perusahaan.

#### **5.2 Saran**

Saran yang dapat penulis berikan untuk Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Labuhanbatu Utara :

1. Diharapkan dalam kedisiplinan karyawan dalam memasuki jam kerja sesuai jam yang telah ditetapkan

Saran yang dapat penulis berikan untuk Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area :

1. Pihak Prodi Ilmu Komunikasi dapat memberikan informasi atau prosedur yang jelas kepada mahasiswa yang akan melaksanakan magang
2. Pihak Prodi Ilmu Komunikasi dapat menambah durasi magang untuk memberi kesempatan mahasiswa untuk memperdalam ilmu dan meningkatkan pengalaman di dunia kerja.
3. Memperbanyak kegiatan praktek agar teori yang di pelajari selama perkuliahan bisa lebih diaplikasikan secara langsung dalam dunia kerja.
4. Mengadakan kunjungan dan study banding ke instansi-instansi yang mendukung untuk perkembangan dan menambah wawasan mahasiswa.

## DAFTAR PUSTAKA

Dra. Fullchis Nurtjanjani, MM. Shinta Maharani Trivena, SAB. MAB. 2018. *Publik Relations*. Malang. Polinema Press.

A.Anditha Sari, S.Sos, M.I.Kom. 2017. *Dasar-dasar Publik Relations*. Yogyakarta. Deepublish.

Bob Julius onngo. 2004. *Cyber Publik Relations*. Jakarta. PT Elex Media Komputindo.

Sumber Lainnya :

Qur'ani Dewi Kusumawardani (2016), Website Strategi Komunikasi Pada Pasar Modal Syariah Berbasis Cyber Publik Relations, *Academic Journal For Homiletic Studies*, Volume 10 Nomor 1 (Juni 2016) 17-36.

Media internal Dinas Komunikasi dan Informatika (<https://diskominfo.labura.go.id>).

<http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/representamen/article/download/1415/1185>

[http://communicationlearning17.blogspot.com/2016/11/media-public-](http://communicationlearning17.blogspot.com/2016/11/media-public-relations.html#:~:text=Media%20Public%20Relations%20adalah%20aktivitas,organi)

[relations.html#:~:text=Media%20Public%20Relations%20adalah%20aktivitas,organi](http://communicationlearning17.blogspot.com/2016/11/media-public-relations.html#:~:text=Media%20Public%20Relations%20adalah%20aktivitas,organi)  
[sasi%20yang%20maksimal%20serta%20berimbang.&text=Mengelola%20relasi%20yang%20baik%20dengan,penting%20untuk%20menunjang%20kegiatan%20PR.](http://communicationlearning17.blogspot.com/2016/11/media-public-relations.html#:~:text=Media%20Public%20Relations%20adalah%20aktivitas,organi)

<https://www.gurupendidikan.co.id/public-relation/>



# UNIVERSITAS MEDAN AREA

## FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate/Jalan PBSI Nomor 1 ☎(061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax.(061) 7366998 Medan 20223  
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A, ☎ (061) 8201994, Fax. (061) 8226331 Medan 20122  
Website: www.uma.ac.id E-mail: univ\_medanarea@uma.ac.id

### DAFTAR HADIR

NAMA : Riska Nur Afdillah  
NPM : 178530067  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
INSTANSI KKL : Dinas Komunikasi dan Informatika

No.	Tanggal	Catatan /Keterangan Harian	Tanda Tangan
01	13 Juli 2020	Masa perkenalan dan penyesuaian	
02	14 Juli 2020	membantu dalam pembuatan surat	
03	15 Juli 2020	membantu dalam surat menyurat	
04	16 Juli 2020	mengedit spanduk hari jadi labura ke-21 tahun	
05	17 Juli 2020	membuat balasan surat	
06	20 Juli 2020	Customer service dan menerima tamu Vidkom	
07	21 Juli 2020	menghadiri acara sidang pada acara hari jadi LABURA ke-21 tahun	
08	22 Juli 2020	membuat frame berita online mengenai acara HUT LABURA	
09	23 Juli 2020	customer service dan menerima tamu Vidkom	
10	24 Juli 2020	membuat data pemasangan spanduk	
11	27 Juli 2020	mengedit frame iklan aidul adha	
12	28 Juli 2020	mengedit spanduk aidul adha	
13	29 Juli 2020	customer service dan menerima tamu Vidkom, dan membuat berita online	
14	30 Juli 2020	mengikuti seminar Vidkom	
15	31 Juli 2020	libur Aidul Adha	



# UNIVERSITAS MEDAN AREA

## FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate/Jalan PBSI Nomor 1 ☎(061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998 Medan 20223  
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A, ☎ (061) 8201994, Fax. (061) 8226331 Medan 20122  
Website: www.uma.ac.id E-mail: univ\_medanarea@uma.ac.id

16	02 Agustus 2020	melakukan dokumentasi acara vidkom	✓
17	03 Agustus 2020	membantu dalam surat menyurat	✓
18	07 Agustus 2020	membuat frame iklan	✓
19	06 Agustus 2020	meliiput berita diacara pelantikan PNS di kantor bupati LABURA	✓
20	08 Agustus 2020	membuat dan mengupload berita online	✓
21	10 Agustus 2020	Costumer service dan penerimaan tamu Vidkom	✓
22	11 Agustus 2020	menerima surat masuk dan keluar	✓
23	12 Agustus 2020	meliakukan dokumentasi acara vid kom dan acara pamit dengan rekan kerja	✓
24			
25			
26			
27			
28			
29			
30			

Medan, 14 Agustus 2020  
Pimpinan Instansi

(Fazrinsyah Putra. S.I.P)