

PERAN DAN STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF TAMAN BALEKAMBANG DI MASYARAKAT KOTA SOLO

Dhika Novita Sari, Chatia Hastasari,

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Komunikasi dan Manajemen
Universitas Sahid Surakarta

ABSTRACT

The Role of public relations as an agency is very crucial. It is due to the fact that if the problems appears dealing with the public so public relation has responsible to give understanding to them. Public Relation also has a very important role in conveying an understanding related to the information of the company to the public. Therefore, the role and strategy of public relations is very essential in improving the positive image of the company. This study aims to identify, to classify and to describe the role and strategy of Balekambang public relations in improving the positive image the Solo community. This study belongs to qualitative research. This research uses Kusumastuti Frida (2002) and Ruslan Rosad (2002) theories in the data analysis . The results shows that the role and strategies of public relations is success in improving the positive image of Balekambang. The role of public relations is done in Balekambang, namely (1) facilitator of communication covers receiving community complaints and facilitate communication with reporters, (2) facilitator of problems solving process by classifying the problems that not only internal but also external of Balekambang. Then, provide a solution by doing the communications between related parties, (3) communications technician in writing press releases deals with media. Meanwhile the strategies used by the Balekambang public relations are (1) holding event publications, (2) event strategy is made in order to Balekambang more widely known by the public, (3) News strategy is done by Balekambang public relation by always makes press releases about everything related to Balekambang, (4) community involvement strategy in Balekambang the public relations by holding social contact with certain communities in order to maintain a good relationship, (5) inform or image strategy (notify the image) the task Balekambang public relation publishes Balekambang with holding positive events, (6) lobbying and negotiation strategy, Balekambang public realation lobbies and negotiates toward the parties to conduct activities / events that can give benefit both them, and (7) social responsibility strategy, Balekambang public relation held a social event.

Keywords : Roles and Strategies of public relation, Positive Image, Balekambang Solo

PENDAHULUAN

Peranan humas sebagai ujung tombak perusahaan humas sebagai pihak yang harus tampil paling depan apabila terjadi masalah yang berhadapan dengan publik, baik publik yang bersentuhan langsung maupun yang tidak dengan kepentingan-kepentingan perusahaan. Oleh karena itu, humas mempunyai tanggung jawab yang besar dalam menyampaikan pemahaman perusahaan kepada publik.

Melihat besarnya peran humas dalam komunikasi perusahaan atau instansi kepada seluruh elemen masyarakat dan berdasar wawancara penulis dengan Endang Sri Murniyati (Kepala Kantor UPTD Kawasan Wisata Taman Belekambang Kota Surakarta) serta beberapa literatur yang didapat penulis dari sumber internet, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Kantor UPTD Kawasan Wisata Taman Balekambang Surakarta. Menurut Kepala UPTD Kawasan Wisata Taman Balekambang, Endang Sri Murniyati sebelum Taman

Balekambang ini direvitalisasi hampir tidak ada pengunjung karena tidak adanya pengelolaan yang baik serta masyarakat memandang Balekambang sebagai tempat kumuh dan menyeramkan, beberapa preman dan wanita tuna susila mendirikan bangunan liar di sekitar sini, hanya beberapa orang saja yang datang untuk melihat pertunjukkan *ketoprak* dan memancing itupun bisa dihitung dengan jari. (Hasil wawancara dengan Kepala UPTD Kawasan Wisata Taman Balekambang, Endang Sri Murniyati, Kamis 21 Februari 2013).

Sebagai informasi, taman ini adalah warisan dari Mangkunegoro VII. Pada awalnya dibangun untuk kedua putrinya yang bernama Partini dan Partinah pada tahun 1921. Sang Mangkunegoro mengadopsi penataan kota di Eropa yang mana banyak didapatkan taman-taman nan indah di kota-kotanya. Oleh karenanya, beliau ingin mengadopsi sistem pertamanan itu di kadipatennya. Pada masa Mangkunegoro VIII taman ini dibuka untuk umum dan sejak itu taman ini menjadi salah satu pusat hiburan kesenian masyarakat Solo. Tahun 2008 taman ini mulai direvitalisasi dan Taman Balekambang ini menjadi tempat pembukaan acara internasional *World Heritage Cities Conference and Expo (WHCCE)* atau Konferensi dan Ekspo Kota-kota Warisan Dunia Wilayah Eropa dan Asia.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apa sajakah peran dan strategi humas dalam meningkatkan citra positif Taman Balekambang di masyarakat kota Solo?
2. Bagaimana peran dan strategi yang dilakukan humas dalam meningkatkan citra positif Taman Balekambang di masyarakat kota Solo?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasi peran dan strategi humas Taman Balekambang dalam meningkatkan citra positif di masyarakat kota Solo serta untuk menjelaskan peran dan strategi humas Taman Balekambang dalam meningkatkan citra positif di masyarakat kota Solo.

PENGERTIAN HUMAS

Cutlip, Center, & Broom (2007:6) menyatakan humas adalah fungsi manajemen secara khusus yang mendukung terbentuknya saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman, penerimaan dan kerja sama antara organisasi dengan berbagai publiknya. (Soemirat dan Ardianto, 2008:14). Sementara itu, Oxley menyatakan humas sebagai fungsi manajemen dapat diartikan sebagai peran yang dimainkan oleh mereka yang mengambil keputusan secara kolektif, yakni manajemen, dan kedua, humas dapat diartikan juga sebagai peran yang dijalankan untuk memberi manfaat pada orang-orang yang berada dalam manajemen melalui orang-orang di luar manajemen yang dilayaninya. (Iriantara, 2004:45). Dari kedua definisi di atas maka terdapat kesamaan bahwa humas adalah fungsi manajemen yang digunakan untuk terbentuknya saling pemahaman dan dapat memberikan manfaat pada orang lain.

PERANAN HUMAS

Kusumastuti (2002:24) menjelaskan dalam bukunya, peranan praktisi humas merupakan salah satu kunci penting untuk pemahaman fungsi humas dan komunikasi organisasi. Peranan humas yaitu : (1) Fasilitator komunikasi : sebagai jembatan komunikasi antara publik dengan perusahaan. Sebagai media atau penengah bila terjadi *miscommunication*, (2) Proses Pemecahan Masalah : humas melibatkan diri atau dilibatkan dalam setiap manajemen (krisis), (3) Teknisi Komunikasi : di sini petugas humas dianggap sebagai pelaksana teknis komunikasi.

STRATEGI HUMAS

Mengutip Ruslan dalam Firsan Nova (2009), dalam bukunya *Crisis Public Relations* mengemukakan Strategi *Public Relations* (1) *Publications* : menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan perusahaan atau organisasi yang pantas untuk diketahui oleh publik, (2) *Event* : merancang sebuah event atau program acara yang bertujuan untuk memperkenalkan produk dan layanan perusahaan, mendekatkan diri ke publik, dan lebih jauh lagi dapat mempengaruhi opini publik, (3) *News* : berupaya menciptakan berita melalui *press release*, *news letter*, *bulletin*, dan lain lain, (4) *Community involvement* : mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu guna menjaga hubungan baik (*community relations / human relations*) dengan pihak organisasi atau lembaga yang diwakilinya, (5) *Inform or image* : memberikan informasi kepada publik, atau menarik perhatian, sehingga diharapkan dapat memperoleh tanggapan berupa citra positif, (6) *Lobbying and negotiation* : tujuan lobi adalah untuk mencapai kesepakatan (*deal*) atau memperoleh dukungan dari individu dan lembaga yang berpengaruh terhadap kelangsungan bisnis perusahaan, (7) *Social Responsibility* : memiliki tanggung jawab sosial dalam aktivitas menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap masyarakat.

DEFINISI CITRA

Menurut Canton dalam Sukatendel (dalam Soemirat, 2003:112) mengatakan bahwa citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode yang dilakukan untuk meneliti dan mendapatkan sebuah data adalah melalui metode kualitatif. Penelitian ini di ambil di Kawasan Wisata Taman Balekambang Surakarta. Data atau informasi yang paling penting untuk dikumpulkan dan dikaji dalam penelitian ini sebagian besar berupa data kualitatif. Informasi tersebut akan digali dari beragam sumber data, dan jenis sumber data yang akan dimanfaatkan dalam penelitian ini adalah informan atau narasumber, Humas Kantor UPTD Kawasan Wisata Taman Balekambang Surakarta, Staff karyawan bagian pemasaran dan bagian umum dan masyarakat. Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah foto, brosur, website atau internet *online* dari Kawasan Wisata Taman Balekambang Surakarta.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan observasi, *interview*, metode angket dan dokumentasi. Dalam validitas data, peneliti menggunakan triangulasi untuk menguji keabsahan data. Triangulasi yang digunakan oleh peneliti adalah triangulasi sumber.

Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis interaktif, tahapannya yaitu reduksi data, sajian data, dan verifikasi data.

HASIL PENELITIAN

Peran dan strategi humas Taman Balekambang cukup berhasil dalam meningkatkan citra positif Taman Balekambang di masyarakat Kota Solo. Peran humas Taman Balekambang sebagai fasilitator komunikasi, proses pemecahan masalah dan teknisi komunikasi. Sebagai fasilitator komunikasi yaitu menerima keluhan masyarakat segala hal yang berkaitan dengan Taman Balekambang dan menjadi mediator terhadap keluhan tersebut, serta sebagai fasilitator komunikasi humas menjembatani komunikasi dengan wartawan, berdasarkan observasi yang penulis lakukan setiap ada *event* yang diadakan oleh pihak Taman Balekambang selalu diliput oleh wartawan/pers lalu humas melayani wawancara dengan wartawan hal-hal yang berkaitan dengan *event* yang diadakan sebagai fasilitator proses

pemecahan masalah humas Taman Balekambang mengklasifikasikan permasalahan yang terjadi disekitar lingkungan Taman Balekambang maupun persoalan di luar yang terkait dengan Taman Balekambang, permasalahan saat ini adalah masalah lahan parkir, terkait permasalahan tersebut Humas Taman Balekambang memberikan solusi dengan menjembatani komunikasi dengan beberapa pihak terkait yang masih ada hubungannya dengan permasalahan tersebut. Lalu sebagai teknisi komunikasi humas Taman Balekambang menulis siaran pers dan berhubungan dengan media massa, Humas dan mitranya media massa atau pers, tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Keduanya saling membutuhkan, Humas sebagai sumber berita bagi pers, sedangkan pers berfungsi sebagai sarana publisitas bagi humas, agar Taman Balekambang lebih dikenal oleh masyarakat, karena adanya berbagai pemberitaan pers. Segala *event-event* yang diadakan humas sangat membutuhkan media massa untuk liputan agar masyarakat lebih mengetahui *event* yang diadakan di Taman Balekambang dan menarik minat berkunjung masyarakat.

Lalu untuk lebih meningkatkan citra positif, humas Taman Balekambang memiliki beberapa strategi yaitu strategi *publications*, Humas Taman Balekambang selalu melakukan *publications* setiap mengadakan *event*, agar *event* yang diadakan berhasil dan tidak sepi pengunjung, humas Taman Balekambang memiliki beberapa bentuk-bentuk publikasi seperti brosur, pamflet, poster, spanduk, papan pengumuman, baliho, surat kabar agar penyebaran informasi merata dan dapat diketahui oleh masyarakat luas. Strategi yang kedua adalah *event*, strategi ini dibuat agar Taman Balekambang lebih dikenal oleh masyarakat luas, tidak hanya masyarakat Solo saja tetapi juga masyarakat yang berdomisili di luar kota Solo. Taman Balekambang mempunyai kalender *event* mingguan, *event* bulanan dan *event* tahunan. *Event* mingguannya yaitu Ketoprak *Dagelan Citro Mitro* di dalam gedung maupun *open stage* dan Tembang Kenangan. Yang menjadi *event* tetap bulannya adalah pertunjukkan Sendratari Ramayana yang digelar setiap malam tanggal 15 (Kalender Jawa) atau malam bulan purnama. Lalu *event* tahunannya adalah Festival Ketoprak, Pesona Balekambang, Semarak Balekambang, *Bakdan Ing* Balekambang, Pasar Seni Balekambang. Strategi yang ketiga yaitu *news*, Humas Taman Balekambang selalu membuat *press release* tentang hal-hal yang berkaitan dengan Taman Balekambang entah itu *event* atau situasi dan kondisi Taman Balekambang saat ini agar dunia luar lebih mengetahui keberadaan Taman Balekambang dengan begitu bisa menarik minat berkunjung masyarakat. Strategi yang keempat yaitu *community involvement* (kepedulian pada komunitas), tugas sehari-hari seorang *Public Relations* adalah mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu guna menjaga hubungan baik (*community relations / human relations*) dengan pihak organisasi atau lembaga yang diwakilinya. Seperti halnya Humas Taman Balekambang yang mempunyai hubungan baik dengan para komunitas. Seperti yang dikemukakan oleh ibu Endang Sri Murniyati bahwa pihak Taman Balekambang memberikan ruang untuk para komunitas dalam menyelenggarakan acara. Strategi yang kelima yaitu *inform or image* (memberitahukan atau meraih citra), Tugas Humas Taman Balekambang dalam hal ini yaitu mempublikasikan Taman Balekambang dengan cara sering mengadakan *event* yang bertemakan positif. Strategi yang keenam yaitu *lobbying and negotiation*, Humas Taman Balekambang melobi dan bernegosiasi dengan pihak-pihak untuk melakukan kegiatan/*event* yang dapat menguntungkan kedua belah pihak. Berdasarkan observasi, humas melobi sampai adanya kesepakatan diantara kedua belah pihak. Dengan adanya kerjasama dengan beberapa pihak dalam penyelenggaraan *event*, diharap citra positif pun didapat.

Strategi yang terakhir yaitu *social responsibility* (tanggung jawab sosial), Humas Taman Balekambang menggelar beberapa acara sosial biasanya bertepatan dengan Bulan Ramadhan. Pihak Taman Balekambang menyantuni dan berbagi kebahagiaan bersama anak yatim piatu. Teknis kegiatan akan mengajak anak-anak bersantap buka bersama hingga memberikan

hiburan gratis. Dengan adanya kepedulian kepada masyarakat, citra positifpun akan Taman Balekambang dapat diraih.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat ditarik kesimpulan bahwa Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat ditarik kesimpulan bahwa peran dan strategi yang dilakukan oleh Humas Taman Balekambang cukup berhasil dalam meningkatkan citra positif. Peran tersebut yaitu sebagai fasilitator komunikasi dengan menerima keluhan masyarakat segala hal yang berkaitan dengan Taman Balekambang dan menjadi mediator terhadap keluhan tersebut, serta sebagai fasilitator komunikasi humas menjembatani komunikasi dengan wartawan, sebagai fasilitator proses pemecahan masalah Humas Taman Balekambang mengklasifikasikan permasalahan yang terjadi di sekitar lingkungan Taman Balekambang maupun persoalan di luar yang terkait dengan Taman Balekambang, terkait permasalahan tersebut Humas Taman Balekambang memberikan solusi dengan menjembatani komunikasi dengan beberapa pihak terkait yang masih ada hubungannya dengan permasalahan tersebut, sebagai teknisi komunikasi Humas Taman Balekambang menulis siaran pers dan berhubungan dengan media massa. Lalu strategi yang digunakan Humas Taman Balekambang meliputi *publications, event, news, community involvement, inform or image, lobbying and negotiation, social responsibility*. Humas Taman Balekambang selalu melakukan *publications* setiap mengadakan *event*, agar *event* yang diadakan berhasil dan tidak sepi pengunjung, strategi *event* strategi ini dibuat agar Taman Balekambang lebih dikenal oleh masyarakat luas, tidak hanya masyarakat Solo saja tetapi juga masyarakat yang berdomisili di luar kota. Taman Balekambang mempunyai kalender *event* mingguan, *event* bulanan dan *event* tahunan. Strategi *news* yaitu Humas Taman Balekambang selalu membuat *press release* tentang hal-hal yang berkaitan dengan Taman Balekambang entah itu *event* atau situasi dan kondisi Taman Balekambang saat ini agar dunia luar lebih mengetahui keberadaan Taman Balekambang dengan begitu bisa menarik minat berkunjung masyarakat. Strategi *community involvement* (kepedulian pada komunitas) humas Taman Balekambang mengadakan kontak sosial dengan komunitas masyarakat tertentu guna menjaga hubungan baik. Strategi *inform or image* (memberitahukan atau meraih citra) tugas Humas Taman Balekambang dalam hal ini yaitu mempublikasikan Taman Balekambang dengan cara sering mengadakan *event* yang bertemakan positif. Strategi *lobbying and negotiation*, Humas Taman Balekambang melobi dan bernegosiasi dengan pihak-pihak untuk melakukan kegiatan/*event* yang dapat menguntungkan kedua belah pihak. Strategi *social responsibility* (tanggung jawab sosial), Humas Taman Balekambang menggelar beberapa acara sosial dengan melibatkan anak yatim piatu.

REFERENSI

BUKU :

- Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategis*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
Kusumastuti, Frida. 2002. *Dasar-Dasar Humas*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
Nova, Firsan. 2009. *Crisis Public Relations*. Jakarta : Grasindo.
Soemirat dan Ardianto. 2003. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
_____. 2008. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

