

**PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK TENTANG
PENANGANAN JALAN RUSAK OLEH HUMAS
PEMERINTAH KOTA MEDAN DI ERA DIGITAL**

SKRIPSI

Oleh:

ROI BRAHMI

NPM 1603110090

Program Studi Ilmu Komunikasi



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai bimbingan diberikan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh:

Nama : ROI BRAHMI
NPM : 1603110090
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK TENTANG
PENANGANAN JALAN RUSAK OLEH HUMAS
PEMKO MEDAN DI ERA DIGITAL

Medan, 27 Oktober 2020

PEMBIMBING

Hj. RAHMANITA GINTING, S.Sos, M.A., Ph.D

DISETUJUI OLEH
KETUA PROGRAM STUDI

NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.LKom.



DEKAN

Dr. ARIEN SALEH, S.Sos, M.SP

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : ROI BRAHMI
NPM : 1603110090
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, Tanggal : Selasa, 27 Oktober 2020
Waktu : 08.00 Wib s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. RUDIANTO, M.Si (.....)
PENGUJI II : MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M.I.Kom (.....)
PENGUJI III : Hj. RAHMANITA GINTING, S.Sos, M.A., Ph.D (.....)

PANITIA UJIAN

Ketua : Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, M.SP
Sekretaris : Drs. XULFAHMI, M.I.Kom

PERNYATAAN



Dengan ini saya **Roi Brahmi**, NPM: 1603110090, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah dijadikan untuk memperoleh keserjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 11 September 2020

Yang Menyatakan



Roi Brahmi

KATA PENGANTAR



Alahmdulillahi Rabiil ‘Alaamiin puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul -Pembentukan Opini Publik Tentang Penanganan Jalan Rusak Oleh Humas Pemerintah Kota Medan Di Era Digital. Selawat beriring salam tidak lupa penulis persembahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Semoga syafaat beliau tercurahkan kepada kita semua. Skripsi ini merupakan tugas akhir bagi mahasiswa guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU).

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini dapat diselesaikan dengan bimbingan dan dorongan dari beberapa pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Lembaran ini sekaligus menjadi media bagi penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua saya yaitu Ayahanda Syafrizal yang merupakan sosok seorang ayah yang sangat disiplin dan sabar dalam membimbing dan memberikan banyak pelajaran hidup bagi anaknya, dan Ibunda tercinta saya Admiyati yang telah memberikan perhatian, kasih sayang serta dukungan bagi saya dalam menjalankan perkuliahan hingga pada tahap penyusunan skripsi ini.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Drs. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos, M,SP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.
3. Bapak Drs. Zulfahmi, I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.
4. Bapak Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.
5. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Akhyar Nasution, S.Sos, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membimbing saya.
7. Ibu Rahmanita Ginting, S.Sos, M.Sc, Ph.D selaku Dosen Pembimbing saya yang selalu memberikan pengarahan, bimbingan serta waktunya untuk membantu dalam menyelesaikan Skripsi.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis menjalani perkuliahan.
9. Seluruh pegawai Biro dan Staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sumatera Utara yang telah membantu penulis selama melaksanakan perkuliahan sampai saat ini.

10. Kantor Badan Penelitian dan Pengembangan (Balitbang) Kota Medan yang telah membantu dalam riset penulis untuk melakukan penelitian di Kantor Pemerintah Kota Medan.
11. Bapak Arrahman Pane, S.STP, M.AP selaku Kabag Hub. Masyarakat Kantor Wali Kota Medan.
12. Bapak Hendra Tarigan, S.Sos selaku Kasubbag Hub. Masyarakat Kantor Wali Kota Medan.
13. Para staff di bagian Hub. Masyarakat Pemerintah Kota Medan yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
14. Teman – teman saya Faril Haikal, Hengki Rahmadinata, Dita Indah Sari dan Prilia Riski khususnya pacar saya Indah Wahyuni yang selalu memberikan dukungan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi.
15. Seluruh teman – teman di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara angkatan 2016, yang selalu bersama – sama disaat suka maupun duka, senang rasanya dapat mengenal kalian semua.
16. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Penulis menyadari dalam pengerjaan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, baik dari segi pembahasan maupun dari segi penulisan. Oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun guna menjadikan skripsi ini menjadi lebih baik di masa yang akan datang.

Akhir kata hanya kepada Allah SWT penulis menyerahkan diri dan semoga kita tetap berada di dalam lindungannya. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak dan dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian serupa.

Amin Yaa Rabbal Alaamiin

Medan, 11 September 2020

Penulis



Roi Brahma

PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK TENTANG PENANGANAN JALAN RUSAK OLEH HUMAS PEMERINTAH KOTA MEDAN DI ERA DIGITAL

Roi Brahmi
1603110090

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pembentukan opini publik tentang penanganan jalan rusak oleh Humas Pemerintah Kota Medan di era digital. Teori yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya adalah komunikasi, opini publik, hubungan masyarakat, era digital. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, serta dokumentasi berupa gambar. Informan/Narasumber dalam penelitian ini diperoleh empat orang terdiri dari Humas Pemerintah Kota Medan, operator dibagian *Command Center*, serta masyarakat. Dalam praktiknya, Humas Pemerintah Kota Medan telah melaksanakan tiga peran, pertama sebagai fasilitator komunikasi, kemudian yang kedua sebagai fasilitator proses pemecahan masalah, dan yang ketiga sebagai teknisi komunikasi. Humas Pemerintah Kota Medan menerima aduan dari masyarakat lewat berbagai media yang disediakan oleh Pemerintah Kota Medan, kemudian aduan tersebut diberikan ke dinas terkait dalam hal ini adalah Dinas Pekerjaan Umum. Publikasi kemudian dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Medan di media sosial yang kemudian dapat dilihat oleh masyarakat Kota Medan. Beberapa *platform* pengaduan yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk mengadukan permasalahan maupun informasi kepada Pemerintah Kota Medan diantaranya lewat media sosial resmi mereka di Instagram @humas_pemkomedan, Facebook di HUMAS PEMKO MEDAN, Twitter di @humas_pemko, Website di www.humas.pemkomedan.go.id, maupun lewat aplikasi Medan Rumah Kita.

Kata kunci : *Opini publik, Humas, Jalan Rusak, Era Digital.*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Pembatasan Masalah	3
1.3. Rumusan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian.....	3
1.5. Manfaat Penelitian.....	4
1.6. Sistematika Penulisan.....	4
BAB II URAIAN TEORITIS	6
2.1. Komunikasi.....	6
2.1.1. Definisi Komunikasi.....	6
2.1.2. Tingkatan Proses Komunikasi	9
2.1.3. Unsur – Unsur Komunikasi	10
2.1.4. Fungsi Komunikasi.....	11
2.2. Opini Publik.....	13
2.2.1. Definisi Opini Publik	13
2.2.2. Macam-macam Opini Publik.....	16
2.2.3. Karakteristik Opini Publik.....	19
2.2.4. Unsur – Unsur Opini Publik	19

2.2.5.	Proses Pembentukan Opini Publik.....	20
2.2.6.	Teori Pembentuk Opini Publik	22
2.3.	Hubungan Masyarakat (Humas).....	23
2.3.1.	Definisi Hubungan Masyarakat	23
2.3.2.	Tujuan Hubungan Masyarakat.....	25
2.3.3.	Fungsi Hubungan Masyarakat	28
2.3.4.	Peran Hubungan Masyarakat	31
2.3.5.	Ruang Lingkup Hubungan Masyarakat	35
2.3.6.	Tugas Hubungan Masyarakat	38
2.4.	Jalan Rusak.....	39
2.4.1.	Definisi Jalan Rusak	39
2.4.2.	Faktor Penyebab Jalan Rusak	39
2.5.	Pemerintah Kota (Pemko) Medan	41
2.6.	Era Digital	43
2.6.1.	Definisi Era Digital.....	43
2.6.2.	Dampak Positif dan Negatif Era Digital	43
2.6.3.	Tantangan di Era Digital.....	45
BAB III METODE PENELITIAN		49
3. 1.	Jenis Penelitian	49
3. 2.	Kerangka Konsep	49
3. 3.	Definisi Konsep	50
3. 4.	Kategorisasi Penelitian	53
3. 5.	Informan/Narasumber.....	53
3. 6.	Teknik Pengumpulan Data	55
3. 7.	Teknik Analisis Data	55

3. 8. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	56
3. 9. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4. 1. Hasil Penelitian.....	57
4. 2. Pembahasan	77
BAB V PENUTUP	80
5. 1. Simpulan.....	80
5. 2. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 2 Kantor Pemerintah Kota Medan.....	41
Gambar 3. 1 Kerangka Konsep	50
Gambar 4. 1 Media Sosial Instagram Humas Pemerintah Kota Medan	64
Gambar 4. 2 Media Sosial Twitter Humas Pemerintah Kota Medan.....	65
Gambar 4. 3 Media Sosial Facebook Humas Pemerintah Kota Medan.....	65
Gambar 4. 4 Aplikasi Medan Rumah Kita.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kategorisasi Penelitian.....	53
Tabel 4. 1 Daftar Informan/Narasumber	58

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Opini publik merupakan pandangan dari sekumpulan individu terhadap suatu isu yang sedang hangat dibicarakan. Media memiliki peran yang sangat besar dalam pembentukan suatu opini di kalangan masyarakat. Bagaimana media menciptakan isu (*agenda setting*), melakukan pembingkaiian (*framing*), dan smengarahkan pandangan publik (*priming*). Selain media, peran humas dalam membentuk opini publik juga sangatlah penting. Dalam riset tentang kegiatan humas (*public relations*), ada dua peran besar yang secara konsisten muncul dalam kegiatan humas yaitu peran sebagai teknisi dan manajemen (Eriyanto, 2018).

Peran sebagai teknisi mewakili seni dari humas seperti menulis, mengedit, mengambil foto, menangani produksi komunikasi, membuat event spesial, dan melakukan kontak telepon dengan media. Peran manajemen berfokus pada kegiatan yang membantu organisasi dalam mengidentifikasi dan memecahkan masalah terkait humas. Dalam praktiknya, humas melaksanakan tiga peran, pertama sebagai pemberi penjelasan, yaitu orang yang bekerja sebagai konsultan untuk mendefinisikan masalah, menyarankan pilihan, dan memantau implementasi kebijakan. Kedua sebagai fasilitator komunikasi, yaitu orang yang berada pada batas antara organisasi dengan lingkungannya yang menjaga agar komunikasi dua arah tetap berlangsung. Ketiga sebagai fasilitator pemecahan

masalah, yaitu orang yang bermitra dengan manajer senior untuk mengidentifikasi dan memecahkan masalah (Lattimore, 2010).

Seperti dikutip dari berbagai sumber, salah satu permasalahan di Kota Medan saat ini adalah permasalahan jalan rusak yang ada di beberapa titik. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) per tanggal 10 Januari 2020, panjang jalan berstatus jalan kota di Kota Medan mencapai 3.017,40 km. Pelaksana Tugas (Plt) Dinas Pekerjaan Umum (PU), Zulfansyah mengatakan sekitar 15% jumlah presentase jalan rusak di Kota Medan. Artinya ada 452,5 km jalan di Kota Medan yang berstatus jalan kota dalam kondisi rusak (Medanbisnisdaily.com).

Masih adanya jalan berlubang di Kota Medan membuat kinerja Pemerintah menjadi sorotan publik sehingga Pemerintah Kota (Pemko) Medan melalui Hubungan Masyarakat (Humas) Pemerintah Kota Medan dalam penanganan serta publikasi terkait penanganan jalan rusak memanfaatkan berbagai cara dalam membentuk dan mengubah opini masyarakat mulai dari menjalin hubungan baik antara Pemko Medan dengan media massa baik itu media cetak maupun media elektronik dalam upaya publikasinya, maupun menggunakan media sosial milik Pemko Medan sendiri seperti Instagram (@humaspemkomedan), Facebook (Humas Pemko Medan), Website resmi mereka di humas.pemkomedan.go.id, serta melalui aplikasi telepon seluler Medan Rumah Kita. Penggunaan media yang masif didasarkan fakta bahwa saat ini kita telah memasuki era digital dimana banyak dari masyarakat telah memiliki akun media sosial sendiri. Selain menggunakan media digital, seorang humas juga diharuskan memiliki hubungan

yang baik dengan wartawan, khususnya humas di pemerintahan karena bagaimanapun juga humas tidak dapat bekerja sendiri dalam menyebarkan informasinya kepada khalayak.

Berbagai hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh Humas Pemerintah Kota Medan dalam upayanya melakukan publikasi baik itu berbagai kinerja maupun prestasi yang telah Pemerintah Kota Medan raih. Salah satu publikasi yang mendapat perhatian masyarakat adalah tentang penanganan jalan rusak yang hingga saat ini masih belum tuntas.

Atas alasan ini peneliti memutuskan melakukan penelitian mengenai bagaimana Humas Pemerintah Kota Medan dalam upaya mereka membentuk opini masyarakat tentang penanganan jalan rusak khususnya di era digital saat ini.

1.2. Pembatasan Masalah

Penulis membatasi masalah yang akan diuraikan hanya dalam Pembentukan Opini Publik tentang penanganan jalan rusak oleh Humas Pemerintah Kota Medan di Era Digital.

1.3. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, bagaimana pembentukan opini publik tentang penanganan jalan rusak oleh Humas Pemerintah Kota Medan di era digital?

1.4. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana pembentukan opini publik tentang penanganan jalan rusak oleh Humas Pemerintah Kota Medan di era digital.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Adapun manfaat penelitian ini dari segi teoritis sebagai pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya Humas Pemerintah Kota Medan dalam membentuk opini publik tentang penanganan jalan rusak di Kota Medan pada era digital.

1.5.2. Manfaat Akademis

Secara akademis dapat memberikan manfaat untuk memperdalam ilmu pengetahuan dan dapat menjadi sumber penelitian khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

1.5.3. Manfaat Praktis

1. Memberikan masukan bagi Humas Pemerintah Kota Medan terkait proses pembentukan opini publik tentang penanganan jalan rusak oleh Humas Pemerintah Kota Medan di era digital.
2. Memberikan gambaran serta pengetahuan bagi masyarakat terkait proses penanganan jalan rusak oleh Humas Pemerintah Kota Medan di era digital.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

BAB II : Uraian Teoritis

Bab ini menjelaskan tentang opini publik meliputi definisi opini publik, macam - macam opini publik, karakteristik opini publik, unsur – unsur opini publik, pembentukan opini publik, teori pembentukan opini publik. Hubungan Masyarakat (Humas) meliputi definisi humas, tujuan humas, fungsi humas, peran humas, ruang lingkup humas, tugas humas. Komunikasi meliputi definisi komunikasi, tingkatan proses komunikasi, unsur – unsur komunikasi, fungsi komunikasi. Jalan rusak meliputi definisi jalan rusak, faktor – faktor penyebab jalan rusak. Pemerintah Kota Medan. Era digital meliputi definisi era digital, dampak positif dan negatif era digital, serta tantangan di era digital.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bab ini berisikan persiapan dan pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi informasi, teknik pengeumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian serta sistematika penulisan.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berisikan hasil dari penelitian dan pembahasan.

BAB V : Penutup

Pada bab ini berisi tentang simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

Uraian teoritis adalah dasar untuk mencari suatu teori yang digunakan dalam mencapai pemecahan masalah terhadap faktor - faktor yang menjadi masalah dalam penelitian. Penjelasan teoritis dalam rumusan masalah penelitian yang digunakan adalah untuk menjawab pertanyaan mengenai mengapa dan bagaimana suatu masalah harus relevan dengan konteks dan isi. Di dalam penelitian ini, peneliti mengambil beberapa teori - teori yang memiliki hubungan dengan “Pembentukan Opini Publik Tentang Penanganan Jalan Rusak oleh Humas Pemerintah Kota Medan di Era Digital”.

2.1. Komunikasi

2.1.1. Definisi Komunikasi

Secara etimologis komunikasi berasal dari bahasa Inggris *communication* dan kata ini bersumber pada kata *communis*. Perkataan *communis* tersebut tidak ada kaitannya dengan partai komunis, arti *communis* disini adalah sama dalam kata arti makna, yakni sama makna mengenai satu hal. Komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan.

Sedangkan secara etimologi bahasa Latin, komunikasi terdiri dari kata *cum*, sebuah kata depan yang artinya dengan, atau bersama dengan, dan kata *unus*, sebuah kata bilangan yang berarti satu. Dua kata tersebut membentuk kata benda *communio*, yang dalam bahasa Inggris disebut *communion*, yang

mempunyai makna kebersamaan, persatuan, persekutuan, gabungan, pergaulan, atau hubungan. Karena untuk ber-*communion*, diperlukan adanya usaha dan kerja, maka kata *communion* dibuat kata kerja *communicare* yang berarti membagi sesuatu dengan seseorang, tukar menukar, membicarakan sesuatu dengan orang, memberitahukan sesuatu kepada seseorang, bercakap-cakap, bertukar pikiran, berhubungan, atau berteman. Dengan demikian, komunikasi mempunyai makna pemberitahuan, pembicaraan, percakapan, pertukaran pikiran atau hubungan (Lanani, 2013).

Sementara secara terminologis istilah komunikasi berarti proses penyampaian atau pernyataan oleh seseorang kepada orang lain, dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain. Jadi, yang terlihat dalam komunikasi itu adalah manusia. Komunikasi merupakan suatu proses dimana komponen-komponennya saling terkait dan bahwa para komunikatornya beraksi dan bereaksi sebagai suatu kesatuan dan keseluruhan (Tommy, 2009: 5).

Evert M. Rogers mendefinisikan komunikasi sebagai proses yang didalamnya terdapat suatu gagasan yang dikirimkan dari sumber kepada penerima dengan tujuan untuk merubah perilakunya. Pendapat senada dikemukakan oleh Theodore Herbert, bahwa komunikasi merupakan proses dipindahkannya pengetahuan dari seseorang kepada orang lain, dengan maksud mencapai beberapa tujuan khusus. Selain itu, Wilbur Schramm mengemukakan pendapatnya bahwa, komunikasi merupakan tindakan melaksanakan kontak antara pengirim dan penerima, dengan bantuan pesam; pengirim dan penerima memiliki beberapa

pengalaman bersama yang memberi arti pada pesan dan simbol yang dikirim oleh pengirim, dan diterima serta ditafsirkan oleh penerima (Suranto, 2005).

Menurut Budi dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi (2010: 9-10), menjelaskan komunikasi sebagai berikut:

- a. Komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan (ada tahapan atau sekuensi) serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu.
- b. Komunikasi adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan. Komunikasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara sadar, disengaja, serta sesuai dengan tujuan atau keinginan dari pelakunya.
- c. Komunikasi menuntut adanya partisipasi dan kerjasama dari para pelaku yang terlibat. Kegiatan komunikasi akan berlangsung baik apabila pihak-pihak yang berkomunikasi (dua orang atau lebih) sama-sama ikut terlibat dan sama-sama mempunyai perhatian yang sama terhadap topic pesan yang disampaikan.
- d. Komunikasi bersifat simbolis. Komunikasi pada dasarnya merupakan tindakan yang dilakukan dengan menggunakan lambang-lambang. Lambang yang paling umum digunakan dalam komunikasi antar manusia adalah bahasa verbal dalam bentuk kata-kata, kalimat, angka-angka atau tanda-tanda lainnya.
- e. Komunikasi bersifat transaksional. Komunikasi pada dasarnya menuntut dua tindakan, yaitu memberi dan menerima. Dua tindakan tersebut tentunya perlu dilakukan secara seimbang atau porsional.

- f. Komunikasi menembus faktor ruang dan waktu. Maksudnya adalah bahwa para peserta atau pelaku yang terlibat dalam komunikasi tidak harus hadir pada waktu serta tempat yang sama.

Dengan adanya berbagai produk teknologi komunikasi seperti telepon, internet, faximili, dan lain-lain. Faktor ruang dan waktu tidak lagi menjadi masalah dalam berkomunikasi. Shannon mendefinisikan komunikasi sebagai proses pikiran seseorang mempengaruhi orang lain. Menurutnya, komunikasi mencakup semua prosedur dengan mana satu pikiran dapat mempengaruhi yang lain, tidak hanya mencakup tulisan dan pidato lisan, tetapi juga musik, seni gambar, teater, balet dan sebenarnya meliputi semua perilaku manusia.

2.1.2. Tingkatan Proses Komunikasi

Menurut Denis McQuail dalam Budi (2010: 10-11), proses komunikasi dalam masyarakat berlangsung dalam 6 tingkatan sebagai berikut:

Komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*) yakni proses pengolahan informasi melalui pancaindera dan sistem syaraf. Contoh: berpikir, merenung, menggambar, menulis, dan lainnya.

- a. Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) yakni kegiatan komunikasi yang dilakukan secara langsung antara seseorang dengan orang lainnya misalnya percakapan tatap muka, korespondensi, percakapan melalui telepon, dan sebagainya.
- b. Komunikasi dalam kelompok (*group communication*) yakni kegiatan komunikasi yang berlangsung diantara suatu kelompok. Pada tingkatan ini, setiap individu yang terlibat masing-masing berkomunikasi sesuai dengan

peran dan kedudukannya dalam kelompok. Pesan atau informasi yang disampaikan juga menyangkut kepentingan seluruh anggota kelompok, bukan bersifat pribadi misalnya perbincangan antara ayah, ibu dan anak dalam keluarga, diskusi guru dan murid di kelas, dan sebagainya.

- c. Komunikasi antar kelompok/asosiasi. Yakni kegiatan komunikasi yang berlangsung antara suatu kelompok dengan kelompok lainnya. Jumlah pelaku yang terlibat boleh jadi hanya dua atau beberapa orang, tetapi masing-masing membawa peran dan kedudukan sebagai wakil dari kelompok/asosiasinya masing-masing.
- d. Komunikasi organisasi. Hal ini mencakup kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi dan komunikasi antar organisasi. Bedanya dengan komunikasi kelompok adalah sifat organisasi lebih formal dan lebih mengutamakan prinsip-prinsip efisiensi dalam melakukan kegiatan komunikasinya.
- e. Komunikasi dengan masyarakat secara luas. Pada tingkatan ini kegiatan komunikasi ditujukan kepada masyarakat luas. Bentuk kegiatan komunikasinya dapat dilakukan melalui dua cara yaitu komunikasi melalui media massa seperti radio, surat kabar, dan televisi serta komunikasi langsung tanpa melalui media massa misalnya ceramah, atau pidato di lapangan terbuka.

2.1.3. Unsur – Unsur Komunikasi

Unsur-unsur dalam proses komunikasi adalah sebagai berikut:

- a. *Sender*: Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
- b. *Encoding*: Penyandian, yakni proses pengalihan pikiran kedalam bentuk lambing.
- c. *Message*: Pesan yang merupakan seperangkat lambing bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
- d. *Media*: Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
- e. *Decoding*: Pengawasandian, yaitu proses dimana komunikasi menetapkan makna pada lambing yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
- f. *Receiver*: Komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
- g. *Response*: Tanggapan, seperangkat reaksi kepada komunikan setelah diterpa pesan.
- h. *Feedback*: Umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
- i. *Noise*: Gangguan yang tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya (Effendy, 2011: 18).

2.1.4. Fungsi Komunikasi

Apabila komunikasi dipandang dari arti yang luas tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi sebagai kegiatan individu dan

kelompok mengenai tukar menukar data, fakta dan ide, maka fungsinya dalam setiap sistem sosial adalah sebagai berikut:

- a. Informasi, pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
- b. Sosialisasi (pemasyarakatan), penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya dan dapat aktif di dalam masyarakat.
- c. Motivasi, menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihan dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
- d. Perdebatan dan diskusi, menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau penyelesaian perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dengan masalah yang menyangkut kepentingan bersama.
- e. Pendidikan, pengalihan ilmu pengetahuan dapat mendorong perkembangan intelektual, pembentuk watak serta membentuk keterampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.

- f. Memajukan kehidupan, menyebarkan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan masa lalu, mengembangkan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang serta membangun imajinasi dan mendorong kreativitas dan kebutuhan estetikanya.
- g. Hiburan, penyebaran sinyal, simbol, suara, dan imajinasi dari drama, tari, kesenian, kesusastran, musik, olahraga, kesenangan kelompok dan individu.
- h. Integrasi, menyediakan bagi bangsa, kelompok dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka dapat saling kenal dan mengerti serta menghargai kondisi pandangan dan keinginan orang lain (Widjaja, 2000: 64).

2.2. Opini Publik

2.2.1. Definisi Opini Publik

Opini publik berasal dari bahasa Inggris, *public relations*, dan disesuaikan dengan kaidah bahasa Indonesia. “Opini adalah suatu respon aktif terhadap stimulus suatu respon yang dikonstruksi melalui interpretasi pribadi yang berkembang dari dan menumbangkan citra (*image*), sedangkan publik adalah suatu kumpulan orang-orang yang sama minat dan kepentingannya terhadap suatu isu”(Heryanto & Rumar, 2013: 61). M.O. Palapah membuat definisi opini publik sebagai “persatuan yang timbul dalam bentuk pernyataan mengenai sesuatu masalah sosial” (Yulianita, 2007).

Opini publik juga diartikan sebagai “sekumpulan pendapat dari orang tentang masalah-masalah yang dapat memengaruhi atau menarik minat atau perhatian masyarakat di dalam suatu daerah” (Heryanto & Rumar, 2013: 61). Opini publik memiliki tiga komponen penting yang biasanya ada didalamnya, yakni:

a. Keyakinan

Credulity atau soal percaya atau tidak. Hal ini menyangkut apakah sesuatu yang diperbincangkan itu dipercaya atau justru sebaliknya, tidak dipercaya oleh khalayak.

Reliance yakni tingkat pentingnya kepercayaan bagi seseorang. Apa yang sudah dipercaya khalayak belum tentu langsung dianggap penting. Terdapat proses perangkungan isu, oleh karenanya opini publik juga terkait erat dengan beragam cara menjadikan sesuatu yang dipercaya itu menjadi penting dalam persepsi khalayak.

b. Nilai - nilai

Nilai - nilai kesejahteraan (*welfare values*). Hampir seluruh opini publik terkait dengan apa yang dirasakan atau diupayakan didapat oleh khalayak, terutama berkenaan dengan nilai kesejahteraan.

Nilai - nilai deferensi (*deference values*). Hal ini berkaitan erat dengan bagaimana opini dipertukarkan oleh sesama masyarakat, misalnya penanaman respek, menghormati cara dan kebiasaan berpendapat, dan lain-lain. Nilai deferensi ini mengacu pada asumsi dasar opini publik yang tidak pernah bermakna tunggal.

c. Ekspektasi

Berkaitan dengan konatif dan kecenderungan, sering kali disamakan dengan *impuls*, keinginan, usaha keras. Opini publik bukan semata perbincangan yang mengalir begitu saja tanpa arah. Meskipun dibicarakan dalam beragam konteks dan oleh banyak orang, opini publik sebenarnya berkaitan erat dengan keinginan dan usaha keras dari sebagian masyarakat yang menginginkan suatu isu itu solid menjadi “sesuatu” yang diperhatikan masyarakat. Dalam konteks inilah kita kerap melihat opini publik diarahkan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan tujuan pencapaian kepentingan mereka masing-masing (Heryanto & Rumar, 2013: 63).

Opini yang berarti tanggapan ataupun pendapat merupakan suatu jawaban terbuka terhadap suatu persoalan ataupun isu. Menurut Cutlip dan Center opini adalah suatu ekspresi tentang sikap mengenai suatu masalah yang bersifat kontroversial. Opini timbul sebagai hasil pembicaraan tentang masalah yang kontroversial, yang menimbulkan pendapat yang berbeda - beda (Syahputra, 2018: 6).

Sedangkan William Albing mengemukakan bahwa opini itu dinyatakan kepada sesuatu hal yang kontroversial atau sedikit - dikitnya terdapat pandangan yang berlainan mengenai masalah tersebut. Opini timbul sebagai suatu jawaban terbuka terhadap suatu persoalan atau isu. Subjek dari suatu opini biasanya adalah masalah baru. Opini berupa reaksi pertama dimana orang yang mempunyai perasaan ragu - ragu dengan sesuatu yang lain dari kebiasaan, ketidakcocokan dan

adanya perubahan penilaian. Unsur - unsur ini mendorong orang untuk saling mempertentangkannya (Sunarjo, 1984: 31).

Sementara menurut Bernard Berelson dalam tulisannya berjudul “*Communication and Public Opinion*” (Komunikasi dan Pendapat/Opini Publik) mengemukakan bahwa dengan pendapat publik diartikan *people’s response* atau jawaban rakyat (persetujuan, ketidaksetujuan/penolakan atau sikap acuh tak acuh) terhadap isu - isu atau hal-hal yang bersifat politis dan sosial yang memerlukan perhatian umum, seperti hubungan internasional, kebijaksanaan dalam negeri, pemilihan (umum) untuk calon - calon, dan hubungan antar kelompok etnik (Sastropetro, 1990: 55).

2.2.2. Macam-macam Opini Publik

Emory S. Bogardus merangkum beberapa pendapat mengenai macam-macam opini publik, diantaranya yaitu:

a. Opini personal (*personal opinion*)

Opini berdasarkan penafsiran individu atau setiap orang akan berbeda padangannya terhadap suatu masalah. Sumber opini sesungguhnya sangat sulit diketahui atau sangat tidak kentara dan tidak terasa bahkan oleh orang tidak berkepentingan itu sendiri. Karena seseorang tidak dapat memastikan berapa banyak ide yang dimilikinya, manakah yang tumbuh dari pikirannya sendiri dan manapula yang terjadi karena pengaruh teman - temannya. Dengan demikian tanpa disadari belum apa-apa seseorang telah mempunyai banyak opini dalam dirinya mengenai suatu hal.

b. Opini pribadi (*private opinion*)

Opini ini merupakan landasan dari opini personal, karena merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari opini pribadi. Hal ini disebabkan opini pribadi adalah suatu bagian dari opini personal yang tidak dinyatakan. Opini pribadi tidak dinyatakan secara terbuka, karena adanya alasan-alasan tertentu tersimpan secara pribadi dalam hati sanubari orang yang bersangkutan yang hanya disampaikan pada orang-orang tertentu yang dianggap dekat atau mendukungnya (mempunyai opini yang sama).

c. Opini kelompok (*group opinion*)

Opini kelompok ini dibagi menjadi opini mayoritas dan opini minoritas. Opini mayoritas terjadi apabila digunakan dengan cara paksaan yang berupa sanksi - sanksi sosial tertentu (adanya kepentingan tertentu). Walaupun pada dasarnya opini tersebut tidak sesuai dengan nilai atau norma - norma dalam kelompoknya bahkan bertentangan dengan opininya sendiri. Sedangkan opini minoritas merupakan suatu konklusi yang didukung oleh kurang dari separuh jumlah anggota kelompok yang berkepentingan, dalam opini mayoritas terdapat opini minoritas.

d. Opini koalisi (*coalition opinion*)

Opini ini adalah penggabungan dari beberapa kelompok opini minoritas menjadi opini mayoritas. Penggabungan opini tersebut dinamakan opini koalisi. Opini koalisi tumbuh karena pengaruh-pengaruh luar yang memerlukan adanya

penggabungan opini. Biasanya opini koalisi jarang sekali dapat mewujudkan suatu opini mayoritas yang benar-benar terintegrasi karena sifatnya yang heterogen. Karena itu, apabila pengaruh tersebut sudah tidak ada lagi opini akan terpecah dan kembali menjadi opini minoritas.

e. Opini consensus (*consensus opinion*)

Opini ini melalui suatu proses perundingan untuk mencapai kesepakatan bersama (*consensus*) dan merupakan opini berbentuk opini mayoritas berdasarkan kesepakatan bersama (*leading*). Dalam opini konsesus para pendukungnya saling mempunyai tenggang rasa satu dengan yang lain, segala sesuatu diselesaikan secara mufakat berdasarkan pertimbangan bersama sehingga tercapai kata sepakat. Namun, ketika semua orang telah sepakat terhadap suatu masalah maka perhatian terhadap permasalahan akan menurun.

f. Opini umum (*general opinion*)

Bersifat pendapat umum, yang berakar dari nilai-nilai yang berlaku di masyarakat/kelompok tertentu bersarkan adat istiadat, kebiasaan, kebudayaan, dan norma - norma yang dianut oleh masyarakat yang bersangkutan. Opini umum merupakan opini yang menetap dan bersifat statis namun apabila ada rangsangan yang hebat dari luar sehingga menimbulkan masalah yang kontroversial maka akan mampu menggoyahkan opini umum (Ruslan, 2010: 70-71).

2.2.3. Karakteristik Opini Publik

Opini publik mewakili kesepakatan yang dimulai dengan sikap orang-orang terhadap isu yang masih tanda tanya. Seitel menyebutkan bahwa sikap didasarkan pada jumlah karakteristik yaitu:

- a. Personal secara fisik unsur emosional suatu individu termasuk kondisi, usia dan status sosial.
- b. *Culture*, lingkungan dan gaya hidup dalam area geografis tertentu, seperti orang Jepang berbeda dengan orang Amerika atau orang desa di Amerika.
- c. Pendidikan tingkat dan kualitas pendidikan seseorang.
- d. Family "*people's roof*" semacam akar rumput seseorang.
- e. Religi suatu sistem kepercayaan tentang tuhan atau supranatural.
- f. Tingkat sosial posisi dalam masyarakat, perubahan status sosial yang dimiliki seseorang.
- g. Ras, asal etnik/suku (Ardianto & Soemirat, 2004).

2.2.4. Unsur – Unsur Opini Publik

- a. Harus ada isu (peristiwa atau kata - kata) yang aktual, penting dan menyangkut pribadi kebanyakan orang dalam masyarakat atau kepentingan umum yang disiarkan melalui media massa.
- b. Harus ada sejumlah orang yang mendiskusikan isu tersebut yang kemudian menghasilkan kata sepakat mengenai sikap, pendapat dan pandangan mereka.
- c. Pendapat mereka harus itu diekspresikan atau dinyatakan dalam bentuk lisan, tulisan dan gerak - gerak (Arifin, 2011: 195).

2.2.5. Proses Pembentukan Opini Publik

Proses pembentukan opini publik dalam setiap kasus mungkin cepat, lambat, atau tertunda. Faktor - faktor tertentu membatasi dan memengaruhi sejumlah fakta, pengalaman, serta penilaian yang menjadi dasar pembentukan opini. Dalam beberapa kasus, satu atau beberapa faktor memberikan pengaruh yang melebihi faktor lain terhadap opini yang dipegang dengan teguh oleh kelompok tertentu. Cutlip dan Center dalam Syaputra (2018: 53) menyatakan bahwa ada empat tahap dalam proses terbentuknya opini publik, yaitu:

- a. Ada masalah yang perlu dipecahkan sehingga orang mencari alternatif pemecahan.
- b. Munculnya beberapa alternatif yang memungkinkan terjadinya diskusi untuk memilih alternatif.
- c. Dalam diskusi diambil keputusan yang melahirkan kesadaran kelompok.
- d. Untuk melaksanakan keputusan, disusunlah program yang memerlukan dukungan yang lebih luas.

Erikson dan Tedin dalam Syahputra (2018: 54) mengemukakan bahwa opini publik terbentuk melalui empat tahap, yaitu:

- a. Muncul isu yang dirasakan sangat relevan bagi kehidupan orang banyak.
- b. Isu tersebut relatif baru hingga memunculkan keaburan standar penilaian atau standar ganda.

- c. Ada *opinion leaders* (tokoh pembentuk opini) yang juga tertarik dengan isu tersebut, seperti politikus atau akademisi.
- d. Mendapat perhatian pers hingga informasi dan reaksi terhadap isu tersebut diketahui khalayak.

Sementara menurut Yanlenkovich dalam Syahputra (2018: 55) menyatakan proses pembentukan opini publik melalui tujuh tahap, yakni munculnya kesadaran, peningkatan urgensi, pencapaian solusi, berpikir dengan pengharapan, penguatan pilihan, penentuan sikap intelektual, serta membuat keputusan yang bisa dipertanggungjawabkan secara moral dan emosional.

Tahap pertama, munculnya kesadaran. Dalam tahap ini, orang menyadari akan sebuah masalah, tetapi belum merasa perlu mendesak untuk mengambil tindakan. Tahap kedua, peningkatan urgensi. Orang bergerak di luar kesadaran untuk merasakan suatu urgensi. Sentiment dominan sering meningkatkan kepanikan untuk “melakukan sesuatu”. Tahap ketiga, pencapaian solusi. Pada tahap ini, publik mulai melihat alternatif untuk menangani masalah, mengonversi kekhawatiran yang mengambang menjadi tindakan nyata.

Tahap keempat, berpikir dengan pengharapan. Di sinilah saat ketika “perlawanan” masyarakat dalam menghadapi pertukaran terwujud ketika orang berpikir mereka dapat “memiliki semuanya” pada masalah yang dianggap sulit yang membutuhkan perubahan signifikan atau pengorbanan-harapan publik harus dipenuhi sebelum ada yang datang dengan solusi yang lebih realistik. Tahap kelima, penguatan pilihan. Dalam tahap ini, masyarakat menjalankan pilihan,

menimbang pro dan kontra dari alternatif untuk menangani masalah. Ketika masyarakat telah memberikan banyak pemikiran untuk masalah dan usulan untuk mengatasi hal itu, mereka mulai memegang teguh pendapat mereka, bahkan ketika dihadapkan dengan konsekuensi yang tidak menyenangkan.

Tahap keenam, penentuan sikap intelektual. Pada tahap ini opini yang menerpa seseorang diterima namun belum diungkapkan. Opini yang diterima belum final karena masih diolah seperangkat pengetahuan. Pengetahuan seseorang menjadi alat untuk melegitimasi opini yang sudah diterimanya tetapi belum diungkapkan. Tahap ketujuh, membuat penilaian yang bertanggung jawab secara moral dan emosional. Dua tahap terakhir, keenam dan ketujuh, berkaitan dengan resolusi, tetapi memiliki perbedaan. Dalam tahap keenam, orang menerima ide, tetapi biasanya tidak bertindak sampai mereka mencapai tahap ketujuh. Hal ini bisa memerlukan waktu puluhan tahun agar sampai pada tahap terakhir dari opini publik.

2.2.6. Teori Pembentuk Opini Publik

a. Hypodermic Needle Theory

Teori yang dipergunakan dalam pembentukan opini publik dengan memanfaatkan media, seperti jarum yang menyuntikkan informasi secara berulang-ulang kepada khalayak agar terbentuk opini publik. Model komunikasinya adalah *one way system* dengan secara kuat melakukan terpaan isi media. Diharapkan agenda media menjadi agenda publik dalam bentuk opini publik.

b. *The Spiral of Silence Theory* (E. Noelle-Neumann)

Dibangun dengan empat unsur pokok:

- 1) Media massa,
- 2) Komunikasi antarpribadi dan jalinan interaksi sosial,
- 3) Pendapat individu tentang suatu hal dan persepsi orang lain/kecenderungan pendapat tentang suatu persoalan yang dilontarkan,
- 4) Penerimaan atas opini publik sebagai akibat kuatnya kecenderungan orang-orang disekitarnya (Heryanto & Rumar, 2013: 69).

2.3. Hubungan Masyarakat (Humas)

2.3.1. Definisi Hubungan Masyarakat

Secara etimologi Hubungan Masyarakat (Humas) atau dalam bahasa Inggris adalah *Public Relations* terdiri dari dua kata yaitu: *public* dan *relations*. Dalam bahasa Indonesia, kata *public* berarti publik atau masyarakat dan *relations* adalah hubungan - hubungan. Jadi arti dari *public relations* adalah hubungan-hubungan dengan publik/masyarakat. (Kustadi Suhandang, 2004: 29).

J.C. Seidel (dalam Ardianto & Soemitra, 2010: 12) menyatakan humas adalah proses yang *continue* dari usaha - usaha manajemen untuk memperoleh *good will* dan pengertian dari para pelanggan, pegawai, dan publik pada umumnya dengan mengadakan analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, dan menghasilkan pernyataan-pernyataan. Selain itu humas juga berfungsi untuk menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen pada suatu perusahaan dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi.

Semua ini bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan *good will* (kemauan baik) publiknya serta memperoleh opini publik yang menguntungkan (alat untuk menciptakan kerja sama berdasarkan hubungan baik dengan publik).

Pada dasarnya keberadaan humas sebagai salah satu unit di lembaga pemerintahan sudah tidak bisa ditawar lagi mengingat fungsinya yang dapat menunjang kegiatan manajemen untuk mencapai tujuan organisasi. Humas bisa dijadikan garda depan dalam mempersiapkan masyarakat untuk menerima kebijakan lembaga serta sebaliknya menyiapkan mental lembaga dalam memahami kepentingan publik.

Guna menjalankan fungsi humas tersebut, pendelegasian wewenang serta pembentukan unit dan struktur organisasi bagi kedudukan humas sangatlah penting. Dengan pendelegasian yang jelas tersebut, pejabat humas dapat menyusun sistem secara terstruktur dalam menjalankan fungsi - fungsi organisasi, seperti menghadapi media publik, mengurus hubungan antara unit-unit yang ada di dalam lembaga induk maupun segala sesuatu yang berhubungan dengan instansi lain serta masyarakat luas.

Humas merupakan fungsi strategis dalam manajemen yang melakukan komunikasi untuk menimbulkan pemahaman dan penerimaan publik. Dalam kegiatannya, humas melakukan komunikasi dua arah antara organisasi dan publik untuk menciptakan pengertian dan dukungan bagi terciptanya maksud, kegiatan, jasa layanan, dan kebijakan lembaga.

Frank Jefknis menyatakan bahwa Hubungan Masyarakat adalah “Sesuatu yang merangkut keseluruhan komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun

keluar, antara suatu organisasi dengan khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan yang spesifik berlandaskan pada saling pada pengertian. (Gassing, 2016: 9).

Keberadaan unit kehumasan di sebuah lembaga atau instansi milik pemerintah merupakan keharusan secara fungsional dan operasional dalam upaya menyebarluaskan atau mempublikasikan kegiatan atau aktivitas instansi bersangkutan yang ditujukan baik untuk hubungan masyarakat ke dalam maupun kepada masyarakat luar pada umumnya (Ruslan, 2013: 341).

Selanjutnya, menurut Abdurahman dalam Mukarom (2015: 47) humas mempunyai dua pengertian, yaitu humas dalam arti teknik komunikasi dan humas sebagai metode komunikasi. Propaganda, periklanan, dan publisitas bertujuan memunculkan dan membentuk pengertian (*good will*), dukungan, dan citra positif dari publiknya, baik internal maupun eksternal. Untuk itu, diperlukan *rechearch program public relations* yang cermat dan hati - hati agar proses perencanaan komunikasi yang terjadi dapat efektif”.

2.3.2. Tujuan Hubungan Masyarakat

Tujuan humas menurut Kriyantono (2008: 7) adalah:

- a. Menciptakan pemahaman antar perusahaan.
Berupaya menciptakan saling pengertian antara perusahaan dan publiknya.
- b. Membangun citra korporat (*Corporate Image*).
Gambaran yang ada dalam benak publik tentang perusahaan.
- c. Citra Korporat melalui Program CSR.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah program humas untuk melibatkan diri mengatasi persoalan-persoalan sosial di lingkungan.

- d. Membentuk opini publik yang *favourable*.

Opini publik ini merupakan ekspresi publik mengenai persepsi dan sikap terhadap perusahaan.

- e. Membentuk *good will* dan kerja sama.

Terciptanya jalinan kerja sama dalam bentuk perilaku tertentu yang mendukung keberhasilan seseorang.

Frank Jefkins mengemukakan tujuan humas dalam buku *Dasar-Dasar Public Relations* oleh Neni Yulianita (2007) bahwa tujuan humas adalah meningkatkan *favourable image/citra* yang baik dan mengurangi atau mengikis habis *unfavorable image/citra* yang buruk terhadap organisasi tersebut.

Selain itu tujuan humas menurut Dimock Marshall CS yang dikutip oleh Neni Yulianita dalam bukunya *Dasar - Dasar Public Relations* (2007) mengemukakan tujuan humas terdiri dari dua macam:

- a. Secara positif yaitu berusaha untuk mendapatkan dan menambah penilaian dan *good will* suatu organisasi atau badan,
- b. Secara defensive yaitu untuk membela diri terhadap pendapat masyarakat yang bernada negatif, bilamana diserang dan serangan itu kurang wajar padahal organisasi tersebut tidak salah.

Pada dasarnya dapat disimpulkan bahwa tujuan aktivitas humas yang dijalankan organisasi adalah membangun pemahaman publik terhadap organisasi sehingga dapat terbangun hubungan yang baik antara organisasi dengan publiknya

untuk menciptakan, memelihara dan meningkatkan citra yang baik dari organisasi kepada publik yang disesuaikan dengan kondisi-kondisi daripada publik yang bersangkutan dan memperbaikinya apabila citra itu menurun atau rusak.

Ardianto & Soemirat (2004: 15) mengklarifikasikan publik dalam kehumasan menjadi beberapa kategori yaitu:

- a. Publik internal dan publik eksternal, publik internal yaitu publik yang berada di dalam organisasi/perusahaan seperti supervisor, karyawan pelaksana, manajer, pemegang saham dan direksi perusahaan. Publik eksternal secara organik tidak berkaitan langsung dengan perusahaan seperti pers, pemerintah, tenaga pendidik/dosen, pelanggan, komunitas, dan pemasok.
- b. Publik primer, sekunder, dan marginal. Publik primer bisa sangat membantu atau menghalangi upaya suatu perusahaan. Publik sekunder adalah publik yang kurang begitu penting dan publik marginal adalah publik yang tidak terlalu penting contohnya anggota *Federal Reserve Board of Governor* (Dewan Gubernur Cadangan Federal) yang ikut mengatur masalah perbankan, menjadi publik primer untuk sebuah bank yang menunggu rotasi secara teratur, dimana anggota legislatif dan masyarakat menjadi publik sekundernya.
- c. Publik tradisional dan publik masa depan. Karyawan dan pelanggan adalah publik tradisional. Sementara mahasiswa/pelajar, peneliti, konsumen potensial adalah publik masa depan.

- d. *Proponent, opponent, and uncommitted*. Diantara publik terdapat kelompok yang menentang perusahaan (*opponent*), yang memihak (*proponent*) dan ada yang tidak peduli (*uncommitted*). Perusahaan perlu mengenal publik yang berbeda - beda ini agar dapat dengan jernih melihat permasalahan.
- e. *Silent majority* dan *vocal minority*. Dilihat dari aktivitas publik dalam mengajukan keluhan atau mendukung perusahaan, dapat dibedakan antara *vocal* (aktif) dan yang *silent* (pasif). Publik penulis di surat kabar umumnya adalah *the vocal minority*, yaitu aktif menyuarakan pendapat, namun jumlahnya tidak banyak. Sedangkan mayoritas pembaca adalah pasif sehingga tidak kelihatan suara atau pendapatnya.

2.3.3. Fungsi Hubungan Masyarakat

Menurut Edward L. Bernay dalam Ruslan (2010: 18), terdapat tiga fungsi utama humas, yaitu:

- a. Memberikan penerangan kepada masyarakat,
- b. Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung,
- c. Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

Sementara menurut Bertrand R. Canfield yang dikutip oleh Effendy dalam buku *Human Relations and Public Relations* (2009), fungsi humas terdiri dari tiga hal yaitu:

- a. Mengabdikan kepada kepentingan publik,
- b. Memelihara komunikasi yang baik,
- c. Menitikberatkan moral dan tingkah laku yang baik.

Sedangkan menurut Cutlip Center yang dikutip oleh Frida Kusumastuti dalam buku *Dasar-Dasar Humas* (2004: 23), mengemukakan bahwa fungsi humas meliputi hal-hal sebagai berikut:

- a. Menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi
- b. Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik pada perusahaan.
- c. Melayani publik dan memberikan nasihat kepada pimpinan organisasi untuk kepentingan umum.
- d. Membina hubungan secara harmonis antar organisasi dan publik, baik internal maupun eksternal.

Menurut Cutlip dan Broom dalam *Effective Public Relations* (2009) merumuskan fungsi-fungsi humas antara lain:

- a. Hubungan internal adalah bagian khusus dari humas yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan saling bermanfaat antara manajer dan karyawan tempat organisasi/perusahaan/instansi menggantungkan kesuksesannya.
- b. Publisitas adalah informasi yang disediakan oleh sumber luar yang digunakan oleh media karena informasi itu memiliki nilai berita. Metode penempatan pesan di media ini adalah metode yang tak bisa dikontrol

sebab sumber informasi tidak memberi bayaran kepada media untuk pemuatan informasi tersebut.

- c. *Advertising* adalah informasi yang ditempatkan di media oleh sponsor tertentu yang jelas identitasnya yang membayar untuk ruang dan waktu penempatan informasi tersebut. Ini adalah metode terkontrol dalam menempatkan pesan di media.
- d. *Press Agency* adalah penciptaan berita dan peristiwa yang bernilai berita untuk menarik perhatian media massa dan mendapatkan perhatian publik.
- e. *Public Affairs* adalah bagian khusus dari humas yang membangun dan mempertahankan hubungan pemerintah dan komunitas local dalam rangka memengaruhi kebijakan publik.
- f. *Lobbying* adalah bagian khusus dari humas yang berfungsi untuk menjalin dan memelihara hubungan dengan pemerintah terutama dengan tujuan memengaruhi penyusunan undang-undang dan regulasi.
- g. Manajemen Isu adalah proses proaktif dalam mengantisipasi, mengidentifikasi, mengevaluasi dan merespons isu-isu kebijakan publik yang memengaruhi hubungan organisasi/perusahaan/institusi dengan publik mereka.
- h. Hubungan Investor adalah bagian dari humas dalam perusahaan korporat yang membangun dan menjaga hubungan yang bermanfaat dan saling menguntungkan dengan *stakeholder* dan pihak lain di dalam komunitas keuangan dalam rangka memaksimalkan nilai pasar.

- i. Pengembangan adalah bagian dari humas dalam organisasi nirlaba yang bertugas membangun dan memelihara hubungan dengan donor dan anggota dengan tujuan mendapatkan dana dan dukungan sukarela.

Dapat dikatakan bahwa fungsi humas adalah memelihara, mengembang-tumbuhan, mempertahankan adanya komunikasi timbal balik yang diperlukan dalam menangani, mengatasi masalah yang muncul atau meminimalisir munculnya masalah. Humas bersama-sama mencari dan menemukan kepentingan organisasi yang mendasar dan menyampaikan kebijakan manajemen pada publik dan juga menyampaikan opini publik kepada manajemen juga kepada semua pihak yang terkait dalam menciptakan adanya saling pengertian yang didasarkan pada kenyataan, kebenaran dan pengetahuan yang jelas dan lengkap dan perlu diinformasikan secara jujur, jelas dan objektif.

2.3.4. Peran Hubungan Masyarakat

Adapun peran humas menurut Dozier dan Broom dalam Ruslan (2010: 20) yaitu:

- a. Penasihat Ahli (*Expert Prescribe*)

Seorang praktisi pakar humas yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publik.

- b. Fasilitator Komunikasi (*Communication Facilitator*)

Praktisi humas bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal mendengarkan keinginan dan harapan publiknya.

- c. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Facilitator*)

Peranan praktis humas dalam pemecahan masalah merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat hingga mengambil tindakan dalam mengatasi persoalan atau krisis.

- d. Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*)

Peranan *communications technician* menjadikan praktisi humas sebagai *journalist in resident*, yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi.

Peranan penasehat ahli, fasilitator komunikasi dan fasilitator proses pemecahan masalah dikategorikan sebagai peran manajerial (*manager role*). Sedangkan peran teknisi komunikasi (*technician role*) dikategorikan sebagai peran teknik. Peran humas yang dipaparkan oleh beberapa ahli tersebut, Ruslan dalam Suparmo (2011: 91) menyimpulkan secara garis besar tentang peran dan fungsi utama humas, yaitu:

- a. *Communicator*, artinya kemampuan sebagai komunikator baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui berbagai media atau tatap muka. Disamping itu, juga bertindak sebagai mediator dan sekaligus persuader.
- b. *Relationship*, yakni kemampuan humas membangun hubungan yang positif dengan menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerjasama, dan toleransi antara lembaga yang diwakili dengan publik internal dan eksternal.

- c. *Back up management*, yakni melaksanakan dukungan manajemen atau menunjang kegiatan lain seperti manajemen promosi, pemasaran, operasional, personalia, dan sebagainya untuk mencapai tujuan bersama.
- d. *Good Image Maker*, dimana menciptakan citra atau publikasi yang positif merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas humas dalam melaksanakan manajemen. Humas membangun dan meningkatkan citra atau nama baik lembaga atau perusahaan dan produk yang diwakilinya.
- e. *Creator*, kemampuan sebagai *creator* adalah kemampuan yang terkait dengan kewajiban humas menciptakan berbagai macam program organisasi/perusahaan/instansi sesuai dengan tujuan dan sasarannya.
- f. *Conceptor*, kemampuan sebagai *conceptor* adalah kemampuan yang terkait dengan tugas menyusun dan menuliskan berbagai macam naskah yang diperlukan organisasi/perusahaan/instansi sesuai dengan *writing skill*-nya.
- g. *Problem Solver*, kemampuan sebagai *problem solver* adalah kemampuan humas sebagai bagian dari tatanan dan jajaran di dalam organisasi/perusahaan/instansi serta turut bertanggung jawab memecahkan berbagai masalah yang dihadapi.

Seorang praktisi pakar kehumasan yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam menyelesaikan masalah hubungan dengan publiknya. Praktisi humas bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Dipihak lain, ia

juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan, dan harapan organisasi kepada pihak publiknya sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

Peran humas secara umum adalah sebagai *communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili oleh publiknya. Membina *relationship*, yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya. Peranan *back up management*, yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan. Membentuk *corporate image*, artinya humas berperan untuk menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya.

Grunig & Hunt, serta Dozier dalam Putra (1999: 6), berpendapat bahwa peran humas dikategorikan kedalam dua peranan yakni, sebagai peranan manajerial (*public relations technician* atau *communication technician role*). Hal mendasar yang membedakan kedua peran tersebut adalah keterlibatan seorang praktisi humas dalam proses pengambilan keputusan di tingkat korporat, para teknisi tidak berpartisipasi dalam pengambilan keputusan manajemen, sedangkan manajemen terlibat dalam proses pengambilan keputusan. Ada dua hal penting yang harus diperhatikan ketika praktisi humas menjalankan peranan manajerial, yaitu:

- a. Mereka merupakan bagian dari koalisi dominan dalam organisasi dan terlibat dalam proses pengambilan keputusan yang memutuskan perencanaan *strategic*.

- b. Mereka mengelola bagian humas tanpa campur tangan bagian lain dan bertanggung jawab secara penuh terhadap programnya.

Sebagai bagian dari manajemen suatu perusahaan, maka humas juga memiliki peranan untuk melakukan komunikasi dua arah timbal balik antara perusahaan dengan publiknya. Karena peranan humas dalam manajemen suatu perusahaan terlihat dalam aktivitas pokok kehumasan yaitu:

- a. Mengevaluasi sikap atau opini publik,
- b. Mengidentifikasi kebijakan dan prosedur perusahaan dengan kepentingan publiknya,
- c. Merencanakan dan melaksanakan penggiatan aktivitas *public relations* (Ruslan, 2007: 24).

2.3.5. Ruang Lingkup Hubungan Masyarakat

Ruang lingkup humas meliputi pengumpulan dan pengolahan data, pemberi informasi dan publikasi. Pengumpulan dan pengolahan data mempunyai tugas mengumpulkan dan mengolah data untuk keperluan informasi bagi masyarakat dan lembaga serta informasi umpan balik dari masyarakat. Pemberi informasi memiliki tugas untuk mempersiapkan pemberian informasi kepada masyarakat tentang segala aktivitas kegiatan melalui media massa. Dan publikasi memiliki tugas untuk mengurus publikasi tentang kebijakan dan pelaksanaan kegiatan organisasi/instansi.

Aktivitas humas selalu berkaitan dengan kegiatan manajemen untuk mencapai tujuan organisasi/instansi dan membina hubungan baik dengan internal maupun eksternal. Humas adalah salah satu cara baik untuk dipergunakan

terutama bagi seorang pemimpin dalam organisasi apapun dan dalam bidang apapun. Dalam hubungan masyarakat seyogyanya memahami ilmu komunikasi dan ilmu psikologi atau ilmu jiwa, meskipun alakadarnya. Akan lebih baik lagi apabila mempelajari secara mendalam. Dengan demikian akan disenangi, disegani, dan dihormati, baik oleh orang-orang yang berada di dalam organisasinya maupun diluar organisasinya.

Hubungan baik dengan internal perlu dijalin dan dijaga, agar terjadi keharmonisan di dalam tubuh organisasi atau perusahaan tersebut. Dengan adanya hubungan yang harmonis, maka tercipta suatu iklim yang kondusif antar karyawan dengan karyawan dan atasan dengan karyawan. Iklim yang kondusif di dalam suatu organisasi tersebut akan menjadikan motivasi dalam diri masing-masing pihak, baik karyawan maupun atasan untuk memajukan organisasi atau perusahaan, selain itu juga akan melahirkan *good image* di mata publik.

Publik eksternal adalah mereka yang berada di luar organisasi atau perusahaan, namun demikian publik eksternal tersebut memiliki hubungan dengan organisasi atau perusahaan. Publik mana yang menjadi sasaran, yaitu publik yang menjadi segmen dari tujuan manajemen atau publik yang harus menjadi sasaran pembinaan hubungan bergantung pada sifat atau ruang lingkup organisasi atau perusahaan itu sendiri. Meskipun demikian, ada beberapa khalayak yang sama-sama menjadi kegiatan organisasi atau perusahaan, seperti yang diungkapkan Effendy dalam bukunya *Human Relations and Public Relations* (2009), yakni sebagai berikut:

- a. Hubungan dengan pelanggan (*customer relations*) sukses yang besar diperoleh suatu perusahaan ialah mendapatkan pelanggan, karena itu para pelanggan tetap harus “dipegang”, caranya ialah dengan melakukan komunikasi, baik secara publisitas maupun periklanan.
- b. Hubungan dengan masyarakat sekitar (*community relations*) hubungan dengan masyarakat sekitar senantiasa diperlukan.
- c. Hubungan dengan pemerintah (*government relations*) pembinaan melalui pemerintah melalui jalan memelihara komunikasi akan membantu lancarnya eksternal *public relations*. Bila dijumpai kesulitan-kesulitan, dapat segera dipecahkan karena hubungan baik telah terpelihara.
- d. Hubungan dengan wartawan (*press relations*) wartawan disini ialah dalam arti luas, yakni semua media massa. Hubungan yang senantiasa terpelihara dengan media massa akan membantu lancarnya publikasi.

Hal penting dari eksternal humas adalah mengadakan komunikasi secara efektif dan bersifat informatif dan persuasif serta ditujukan kepada publik diluar instansi, maksudnya bahwa komunikasi yang dilakukan harus dapat menjelaskan dan mengajak khalayak agar mengikuti atau terpengaruh terhadap informasi yang disampaikan.

Bagi suatu perusahaan atau organisasi menjalin hubungan yang baik dengan pihak diluar organisasi atau perusahaan (eksternal) merupakan suatu keharusan dalam upaya membina saling pengertian, menanamkan motivasi, dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan *good will*, kepercayaan dan kerjasama yang harmonis.

2.3.6. Tugas Hubungan Masyarakat

Lima pokok tugas humas sehari-hari menurut Rumanti dalam buku Dasar-Dasar *Public Relations* Teori dan Praktik (2002: 39) adalah:

- a. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (visual) kepada publik supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan meliputi tujuan, serta kegiatan yang dilakukan,
- b. Memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat,
- c. Memperbaiki citra organisasi,
- d. Tanggung jawab sosial dimana humas merupakan instrument untuk bertanggung jawab terhadap semua kelompok yang berhak terhadap tanggung jawab tersebut,
- e. Komunikasi. Humas mempunyai bentuk komunikasi yang khusus yaitu komunikasi timbal balik dalam fungsinya komunikasi itu sentral.

Sedangkan tugas humas menurut Oxley yang dikutip oleh Iriantara dalam buku Manajemen Strategis *Public Relations* (2004: 45) menyebutkan bahwa tugas humas adalah:

- a. Memberi saran kepada manajemen tentang semua perkembangan internal dan eksternal yang mungkin memengaruhi hubungan organisasi dengan publiknya,
- b. Meneliti dan menafsirkan untuk kepentingan organisasi, sikap publik utama pada saat ini atauantisipasi sikap publik pokok terhadap organisasi,

- c. Bekerja sebagai penghubung antara manajemen dan publiknya dan,
- d. Memberi laporan berkala kepada manajemen tentang semua kegiatan yang memengaruhi hubungan publik dan organisasi.

2.4. Jalan Rusak

2.4.1. Definisi Jalan Rusak

Jalan adalah prasarana transportasi darat yang meliputi segala bagian jalan, termasuk bangunan pelengkap dan perlengkapannya yang diperuntukkan bagi lalu lintas, yang berada pada permukaan tanah, di atas permukaan tanah, di bawah permukaan tanah dan atau air, serta di atas permukaan air, kecuali jalan kereta api, jalan lori, dan jalan kabel (Peraturan Pemerintah Nomor 34 Tahun 2006).

2.4.2. Faktor Penyebab Jalan Rusak

Kerusakan pada konstruksi perkerasan jalan dapat disebabkan oleh :

- a. Lalu lintas, yang dapat berupa peningkatan beban dan repetisi beban,
- b. Air, yang dapat berasal dari air hujan, sistem drainase yang tidak berjalan
- c. dengan baik, naiknya air akibat sifat kapilaritas,
- d. Material konstruksi perkerasan, yang dapat disebabkan oleh sifat material itu sendiri atau bias disebabkan oleh sistem pengolahan bahan itu sendiri,
- e. Iklim di Indonesia yang tropis cenderung mengakibatkan suhu udara tinggi,
- f. Curah hujan yang umumnya tinggi sehingga dapat menjadi salah satu penyebab kerusakan jalan,

- g. Kondisi tanah yang tidak stabil, kemungkinan bisa disebabkan oleh sistem pelaksanaan yang kurang baik, atau dapat juga disebabkan oleh sifat tanah dasarnya itu sendiri,
- h. Proses pemadatan lapisan di atas tanah dasar yang kurang baik.

Umumnya kerusakan-kerusakan yang timbul itu tidak disebabkan oleh satu faktor saja, tetapi dapat juga merupakan gabungan dari penyebab yang saling berkaitan. Sebagai contoh adalah retak pinggir, pada awalnya dapat diakibatkan oleh tidak baiknya sokongan dari samping. Dengan terjadinya retak pinggir, memungkinkan air meresap masuk ke lapis di bawahnya yang melemahkan ikatan antara aspal dengan agregat, hal ini dapat menimbulkan lubang-lubang, disamping melemahkan daya dukung lapisan di bawahnya. Dalam mengevaluasi kerusakan jalan perlu di tentukan :

- 1) Jenis kerusakan (*distress type*) dan penyebabnya,
- 2) Tingkat kerusakan (*distress severity*),
- 3) Jumlah kerusakan (*distress amount*) (Bina Marga 1997).

2.5. Pemerintah Kota (Pemko) Medan



Gambar 2. 1 Kantor Pemerintah Kota Medan

Kantor Pemerintah Kota Medan terletak di Jalan Kapten Maulana No. 2, Nomor telepon (061) 4512412, Faks (061) 4579228, 4520782, Email sekretariat@pemekmedan.go.id. Dimana Kantor Walikota bersebelahan dengan Grand Palladium dan sebelah kanan terdapat sungai Deli berseberangan dengan Kantor DPRD (Dewan Perwakilan Rakyat Daerah) Provinsi Sumatera Utara.

Kantor Walikota Medan terdiri atas beberapa lantai yaitu lantai basement, lantai satu hingga lantai empat dimana pada posisi tengah dalam kantor terdapat lapangan kecil untuk apel pegawai setiap harinya. Pada lantai basement sebelah kanan terdapat Pejabat Penatausahaan Keuangan (PPK) Sekretariat Daerah Kota Medan, Bendahara Pengeluaran Sekretariat Daerah Kota Medan, Subbag Rumah

Tangga Sekretariat Daerah Kota Medan, Kantor Sandi Daerah Kota Medan, Koperasi, Kantin. Dan basement sebelah kiri terdapat Badan Pemberdayaan Masyarakat, Perlengkapan dan Asset.

Sementara pada lantai satu sebelah kanan terdapat Badan Penelitian dan Pengembangan (Balitbang) Kota Medan, Bagian Umum Sekretariat Daerah Kota Medan, Badan Administrasi Kesejahteraan Rakyat Sekretariat Daerah Kota Medan. Di bagian belakang terdapat sebuah ruangan Poliklinik Kantor Walikota Medan, Bagian Hubungan Kerjasama Sekretariat Daerah Kota Medan, Bagian Administrasi Sumber Alam Sekretariat Daerah Kota Medan. Dan lantai satu sebelah kiri terdapat Bagian Hubungan Masyarakat Sekretariat Daerah Kota Medan, Badan Kepegawaian Daerah. Pada bagian tengah lantai satu juga terdapat lapangan untuk apel para pegawai.

Kemudian di lantai dua sebelah kanan terdapat Asisten Administrasi Umum Sekretariat Daerah Kota Medan, Asisten Pemerintah Sekretariat Daerah Kota Medan, Asisten Kesejahteraan Masyarakat Sekretariat Daerah Kota Medan, Ekonomi dan Pembangunan Sekretariat Daerah Kota Medan, Ruang Rapat II Kantor Walikota Medan, Badan Lingkungan Hidup Kota Medan, Bagian Administrasi Perekonomian Sekretariat Daerah Kota Medan, Bidang Akuntansi dan Pelaporan Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kota Medan. Dan sebelah kiri pada lantai dua terdapat Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Medan, Ruang Sekretaris Daerah Kota Medan, Ruang Walikota dan Wakil Walikota, Bagian Keuangan (Subbag Perbendaharaan, Subbag Verifikasi) Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kota Medan, Ruang Rapat I Kantor Walikota

Medan. Pada lantai tiga sebelah kanan terdapat Inspektorat, Bagian Hukum Sekretariat Daerah Kota Medan, Bagian Administrasi Pemerintahan Umum Sekretariat Daerah Kota Medan, Bagian Agama dan Pendidikan Sekretariat Daerah Kota Medan. Dan sebelah kiri pada lantai tiga terdapat Bagian Organisasi dan Tata Laksana Sekretariat Daerah Kota Medan, Badan Perencanaan Pembangunan Sekretariat Daerah Kota Medan, Bagian Administrasi Pembangunan Sekretariat Daerah Kota Medan. Pada lantai terakhir yaitu lantai empat terdapat Inspektorat Kota Medan, Ruang Staff Ahli dan Ruang Rapat III Walikota Medan.

2.6. Era Digital

2.6.1. Definisi Era Digital

Era digital adalah masa dimana semua manusia dapat saling berkomunikasi sedemikian dekat walaupun saling berjauhan. Kita dapat dengan cepat mengetahui informasi tertentu bahkan real time. Menurut Wikipedia, era digital bisa juga disebut dengan globalisasi. Globalisasi adalah proses integrasi internasional yang terjadi karena pertukaran pandangan dunia, produk, pemikiran, dan aspek-aspek kebudayaan lainnya yang banyak disebabkan oleh kemajuan infrastruktur telekomunikasi, transportasi dan internet (Auliya, 2018).

2.6.2. Dampak Positif dan Negatif Era Digital

Dalam perkembangan teknologi digital ini tentu banyak dampak yang dirasakan dalam era digital ini, baik dampak positif maupun dampak negatifnya. Dampak positif era digital antara lain:

- a. Informasi yang dibutuhkan dapat lebih cepat dan lebih mudah dalam mengaksesnya.
- b. Tumbuhnya inovasi dalam berbagai bidang yang berorientasi pada teknologi digital yang memudahkan proses dalam pekerjaan kita.
- c. Munculnya media massa berbasis digital, khususnya media elektronik sebagai sumber pengetahuan dan informasi masyarakat.
- d. Meningkatnya kualitas sumber daya manusia melalui pengembangan dan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi.
- e. Munculnya berbagai sumber belajar seperti perpustakaan *online*, media pembelajaran *online*, diskusi *online* yang dapat meningkatkan kualitas pendidikan.
- f. Munculnya e-bisnis seperti toko *online* yang menyediakan berbagai barang kebutuhan dan memudahkan mendapatkannya.

Adapun dampak negatif era digital yang harus diantisipasi dan dicari solusinya untuk menghindari kerugian atau bahaya, antara lain:

- a. Ancaman pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) karena akses data yang mudah dan menyebabkan orang plagiatis akan melakukan kecurangan.
- b. Ancaman terjadinya pikiran pintas dimana anak-anak seperti terlatih untuk berpikir pendek dan kurang konsentrasi.
- c. Ancaman penyalahgunaan pengetahuan untuk melakukan tindak pidana seperti menerobos sistem perbankan, dan lain-lain (menurunnya moralitas).

- d. Tidak mengefektifkan teknologi informasi sebagai media atau sarana belajar, misalnya seperti selain men-download *e-book*, tetapi juga mencetaknya, tidak hanya mengunjungi perpustakaan digital, tetapi juga masih mengunjungi gedung perpustakaan, dan lain-lain (Setiawan, 2017).

2.6.3. Tantangan di Era Digital

Dunia digital tidak hanya menawarkan peluang dan manfaat besar bagi publik dan kepentingan bisnis. Namun juga memberikan tantangan terhadap segala bidang kehidupan untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi dalam kehidupan. Penggunaan bermacam teknologi memang sangat memudahkan kehidupan, namun gaya hidup digital pun akan makin bergantung pada penggunaan ponsel dan komputer.

Apapun itu, kita patut bersyukur semua teknologi ini makin memudahkan, hanya saja tentunya setiap penggunaan mengharuskannya untuk mengontrol serta mengendalikannya. Karena bila terlalu berlebihan dalam menggunakan teknologi ini kita sendiri yang akan dirugikan, dan mungkin juga kita tak dapat memaksimalkannya. Perkembangan teknologi yang begitu cepat hingga merasuk di seluruh lini kehidupan sosial masyarakat, ternyata bukan saja mengubah tatanan kehidupan sosial, budaya masyarakat tetapi juga kehidupan politik.

Kecanggihan teknologi yang dikembangkan oleh manusia benar-benar dimanfaatkan oleh para politisi yang ingin meraih simpati, dan empati dari masyarakat luas. Untuk menaikkan elektabilitas dan popularitas dapat dilakukan dengan fasilitas digital seperti salah satunya smartphone sekarang dengan di sediakan fitur/aplikasi yang canggih yang berhubung langsung ke jejaring sosial

yang mampu menghubungkan antara individu yang satu dengan yang lainnya, antara satu kelompok dengan kelompok lainnya bahkan negara yang memberikan dampak besar dalam politik modern.

Mekanisme elektronik juga telah mengubah aktivitas dalam pemilihan seperti kampanye berbasis internet, website - website, *email* dan *podcast*. Hal ini menjadi fasilitas bagi para kandidat dan partai-partai politik sebagai sarana yang cepat dan murah untuk mengirim pesan kepada *audiens*, yang memungkinkan mereka untuk merekrut para sukarelawan kampanye dan menggalang dana kampanye, penggunaan media digital. *Smartphone* yang terhubung dengan jejaring sosial sangat efektif terutama dalam menjangkau masyarakat muda, yang sering kali merupakan segmen masyarakat yang paling sulit untuk dilibatkan melalui strategi-strategi konvensional.

Sisi lain dari wajah baru dan kekuasaan politik di era digital juga untuk dimanfaatkan sebagai alat penyebaran ideologis secara sistematis untuk mencari dukungan dan sekaligus perkembangan nilai - nilai ideologis itu, dan sisi lain sebagai alat untuk mesin-mesin propaganda, bagaimana para politisi berusaha untuk mempertahankan kekuasaan dengan menampilkan citra baik dan menyembunyikan citra negatif untuk mendapat dukungan dari publik.

Dalam bidang sosial budaya, era digital juga memiliki pengaruh positif dan dampak negatif yang menjadikan tantangan untuk memperbaikinya. Kemerosotan moral di kalangan masyarakat khususnya remaja dan pelajar menjadi salah satu tantangan sosial budaya yang serius. Pola interaksi antar orang berubah dengan kehadiran teknologi era digital seperti komputer terutama pada

masyarakat golongan ekonomi menengah ke atas. Komputer yang disambungkan dengan telpon telah membuka peluang bagi siapa saja untuk berhubungan dengan dunia luar tanpa harus bersosial langsung.

Dalam bidang pertahanan dan keamanan penggunaan teknologi di era digital berperan dalam membantu pertahanan dan keamanan nasional. Lembaga militer diantaranya, telah menempatkan teknologi informasi sebagai salah satu senjata yang mendukung kekuatan dan persatuan organisasi. Sejalan dengan kekhasan organisasi militer yang selalu menuntut kecepatan dan ketepatan informasi sebelum mengambil sebuah keputusan (perumusan strategi), penerapan teknologi digital sangat mendukung program tersebut. Teknologi informasi telah berpengaruh pada perubahan strategi militer.

Tantangan dalam bidang pertahanan seperti menghadapi ancaman dari luar yang bersifat maya seperti aktifitas hacker yang bisa merusak sistem situs pertahanan Indonesia menjadi perhatian serius. Teknologi digital dikombinasikan dengan teknologi perang lainnya memungkinkan untuk menciptakan jenis perang yang secara kualitatif seperti penggunaan robot perang.

Dalam bidang teknologi informasi sendiri, tantangan nyata pada era digital semakin kompleks karena berbagai bidang kehidupan membawa pengaruh-pengaruh yang bisa membuat perubahan di setiap sisi. Teknologi informasi merupakan bidang pengelolaan teknologi dan mencakup berbagai bidang (tetapi tidak terbatas) seperti proses, perangkat lunak komputer, sistem informasi, perangkat keras komputer, bahasa program, dan data konstruksi. Setiap data, informasi atau pengetahuan yang dirasakan dalam format visual apapun, melalui

setiap mekanisme distribusi multimedia, dianggap bagian dari teknologi informasi.

Teknologi informasi memfasilitasi bisnis dalam empat set layanan inti untuk membantu menjalankan strategi bisnis: proses bisnis otomatisasi, memberikan informasi, menghubungkan dengan pelanggan, dan alat-alat produktivitas. Tantangan dalam bidang teknologi informasi sangat banyak seperti memecahkan suatu masalah, membuka kreativitas, meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam melakukan pekerjaan (Setiawan, 2017).

BAB III

METODE PENELITIAN

3. 1. Jenis Penelitian

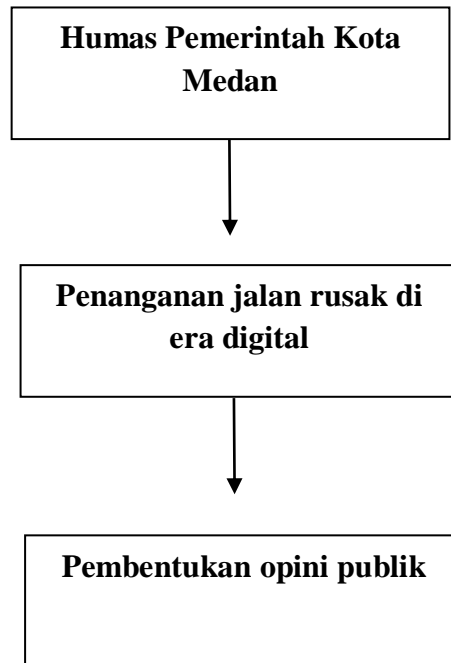
Adapun jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, serta dokumentasi berupa gambar. Menurut Bogdan dan Taylor, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Sementara itu, penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun rekayasa manusia. Adapun tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi atau daerah tertentu. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pembentukan opini tentang penanganan jalan rusak oleh Humas Pemerintah Kota Medan di era digital (Moleong, 2010).

3. 2. Kerangka Konsep

Menurut Notoatmodjo (2010) kerangka konsep merupakan formulasi atau simplikasi dari kerangka teori atau teori-teori yang mendukung penelitian tersebut. Kerangka konsep dalam penelitian ini Pembentukan opini publik tentang penanganan jalan rusak oleh Humas Pemerintah Kota Medan di era digital.

Kerangka konsep dalam penelitian ini digambarkan seperti gambar 3.1 berikut:



Gambar 3. 1 Kerangka Konsep

3. 3. Definisi Konsep

Definisi konsep merupakan batasan terhadap masalah-masalah variable yang dijadikan pedoman dalam penelitian sehingga akan memudahkan dalam mengoprasionalkannya di lapangan. Untuk memahami dan lebih memudahkan dalam menafsirkan banyak teori yang ada dalam penelitian ini, maka akan ditentukan beberapa definisi konsep yang berhubungan dengan yang akan diteliti, antara lain:

Hubungan Masyarakat

Frank Jefkns menyatakan bahwa Hubungan Masyarakat adalah “Sesuatu yang merangkut keseluruhan komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan yang spesifik berlandaskan pada saling pada pengertian. (Gassing, 2016: 9).

Definisi Hubungan Masyarakat (Humas) menurut “*The British Institute Of Public relations*” adalah “keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*good-will*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya”. Jadi, humas adalah suatu rangkaian kampanye atau program terpadu, dan semuanya itu berlangsung secara berkesinambungan dan teratur. Kegiatan humas sama sekali tidak bisa dilakukan secara sembarangan atau dadakan. Tujuan humas itu sendiri adalah untuk memastikan bahwa niat baik dan kiprah organisasi bersangkutan senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak lain yang berkepentingan. (Jefkins, 2003: 9).

Pemerintah Kota Medan

Kantor Walikota Medan terletak di Jalan Kapten Maulana No. 2, Nomor telepon (061) 4512412, Faks (061) 4579228, 4520782, Email sekretariat@pemekedan.go.id. Dimana Kantor Walikota bersebelahan dengan Grand Palladium dan sebelah kanan terdapat sungai Deli berseberangan dengan

Kantor DPRD (Dewan Perwakilan Rakyat Daerah) Provinsi Sumatera Utara. Kantor Pemerintah Kota Medan terdiri dari 4 (empat) lantai.

Jalan Rusak

Jalan adalah prasarana transportasi darat yang meliputi segala bagian jalan, termasuk bangunan pelengkap dan perlengkapannya yang diperuntukkan bagi lalu lintas, yang berada pada permukaan tanah, di atas permukaan tanah, di bawah permukaan tanah dan atau air, serta di atas permukaan air, kecuali jalan kereta api, jalan lori, dan jalan kabel (Peraturan Pemerintah Nomor 34 Tahun 2006).

Pembentukan Opini Publik

Opini yang berarti tanggapan ataupun pendapat merupakan suatu jawaban terbuka terhadap suatu persoalan ataupun isu. Menurut Cutlip dan Center dalam Syahputra (2018: 6), opini adalah suatu ekspresi tentang sikap mengenai suatu masalah yang bersifat kontroversial. Opini timbul sebagai hasil pembicaraan tentang masalah yang kontroversial, yang menimbulkan pendapat yang berbeda-beda.

Proses pembentukan opini publik dalam setiap kasus mungkin cepat, lambat, atau tertunda. Faktor-faktor tertentu membatasi dan memengaruhi sejumlah fakta, pengalaman, serta penilaian yang menjadi dasar pembentukan opini. Dalam beberapa kasus, satu atau beberapa faktor memberikan pengaruh yang melebihi faktor lain terhadap opini yang dipegang dengan teguh oleh kelompok tertentu. Cutlip dan Center dalam Syahputra (2018: 53).

3. 4. Kategorisasi Penelitian

Berdasarkan kerangka konsep, supaya teori yang dijelaskan diatas jelas penggunaannya, maka teori-teori tersebut diterjemahkan kedalam kategorisasi penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Kategorisasi Penelitian

No.	Konsep	Indikator
	Pembentukan Opini Publik Tentang Penanganan Jalan Rusak Oleh Humas Pemerintah Kota Medan.	<ul style="list-style-type: none"> • Situasi dan masalah yang dianggap perlu dipecahkan. • Munculnya beberapa alternatif. • Pengambilan keputusan. • Untuk melaksanakan keputusan, disusunlah program yang memerlukan dukungan yang lebih luas.
	Peran Humas	<ul style="list-style-type: none"> • Penasihat ahli • Fasilitator komunikasi. • Fasilitator Proses Pemecahan Masalah • Teknisi Komunikasi

3. 5. Informan/Narasumber

Informan dalam penelitian kualitatif yaitu informan penelitian yang memahami informasi tentang objek penelitian. Informan yang dipilih harus memiliki kriteria agar informasi yang didapatkan bermanfaat untuk penelitian yang dilakukan. Terdapat beberapa kriteria yang digunakan dalam menentukan informan penelitian yang dikatakan oleh para ahli.

Menurut Spradley (Moleong, 2010: 165) informan harus memiliki beberapa kriteria yang harus dipertimbangkan, yaitu:

1. Informan yang intensif menyatu dengan suatu kegiatan atau medan aktivitas yang menjadi sasaran atau perhatian penelitian dan ini biasanya ditandai oleh kemampuan memberikan informasi diluar kepala tentang sesuatu yang ditanyakan.
2. Informan masih terikat secara penuh serta aktif pada lingkungan dan kegiatan yang menjadi sasaran penelitian.
3. Informan mempunyai cukup waktu dan kesempatan untuk dimintai informasi.
4. Informan yang dalam memberikan informasi tidak cenderung diolah atau dikemas terlebih dahulu dan mereka relatif masih lugu dalam memberikan informasi.

Berdasarkan kriteria yang dikatakan oleh Spradley diatas, peneliti menentukan informan yang memenuhi kriteria diatas. Informan yang peneliti tentukan adalah orang yang terikat secara penuh pada lingkungan maupun kegiatan yang menjadi sasaran penelitian yaitu Humas Pemerintah Kota Medan dan berperan aktif dalam mengikuti kegiatan di Kantor Pemerintah Kota Medan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *key person*. Teknik memperoleh informan ini penelitian ini digunakan oleh peneliti karena sudah memahami informasi awal tentang objek yang akan diteliti maupun informan

dalam melakukan penelitian, sehingga peneliti memerlukan *key person* dalam melakukan proses wawancara atau observasi. *Key person* ini merupakan tokoh formal maupun tokoh informal (Bungin, 2010: 77).

3. 6. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini, peneliti menerapkan teknik wawancara. Wawancara sendiri merupakan suatu proses percakapan dengan tujuan tertentu untuk menggali informasi dari narasumber. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2010: 186). Selain itu penulis juga melakukan dokumentasi. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan mencakup dokumentasi baik yang berupa laporan tulis oleh pendamping maupun foto-foto kegiatan pemberdayaan.

3. 7. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif. Menurut Bogdan dan Biglen (dalam Moleong, 2010: 5), analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistesisikan, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Untuk proses analisis data model ini ada tiga proses, yaitu:

- a. Reduksi data merupakan suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis dari lokasi penelitian. Reduksi data ini berlangsung secara terus-menerus selama kegiatan penelitian berorientasi kualitatif berlangsung.
- b. Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.
- c. Penarikan kesimpulan dalam proses ini adalah membuat pernyataan atau kesimpulan secara bulat tentang suatu permasalahan yang diteliti dalam bahasa yang deskriptif dan bersifat interaktif.

3. 8. Lokasi dan Waktu Penelitian

Untuk lokasi penelitian, berada di Kantor Pemerintah Kota Medan Jl. Kapten Maulana Lubis No.2, Petisah Tengah, Kec. Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara. Waktu penelitian dilaksanakan Juni 2020 hingga Agustus 2020.

3. 9. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menekankan pada proses pembentukan opini tentang penanganan jalan rusak oleh Humas Pemerintah Kota Medan di era digital. Hal ini dimaksud untuk mengetahui bagaimana proses publikasi oleh Humas Pemerintah Kota Medan di era digital terkait penanganan jalan rusak. Objek penelitian ini adalah Humas Pemerintah Kota Medan sementara data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data hasil wawancara dengan pihak Humas Pemerintah Kota Medan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang berjudul pembentukan opini publik tentang penanganan jalan rusak oleh Humas Pemerintah Kota Medan di era digital ini membahas dan menyajikan deskripsi dari data yang diperoleh melalui hasil penelitian lapangan melalui metode-metode pengumpulan data yang telah di sebutkan pada bab sebelumnya. Disini peneliti menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Bodgan dan Taylor dalam Moleong (2010: 4), penelitian kualitatif yaitu sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang- rang dan perilaku dapat diamati.

4.1.1. Deskripsi Informan/Narasumber

Berdasarkan penjelasan diatas maka penelitian ini dilakukan pada tanggal 10 Juli 2020 – 23 Agustus 2020 yang dilakukan di Kantor Pemerintah Kota Medan dan Jalan Tapian Nauli, Kecamatan Medan Sunggal dan diperoleh empat orang narasumber di dalam penelitian ini.

Tabel 4. 1 Daftar Informan/Narasumber

No	Narasumber	Pekerjaan
1	Hendra Tarigan, S.Sos	Kasubbag Humas Pemko Medan
2	Jefri Nasution	Staf Pemerintah Kota Medan bagian Command Center
3	Anggun	Pegawai
4	Daniel H. Simorangkir	Pegawai

4.2.2. Pembentukan Opini Publik tentang Penanganan Jalan Rusak oleh Humas Pemerintah Kota Medan di era digital

Penulis melakukan wawancara dengan narasumber secara langsung tentang Pembentukan Opini Publik tentang Penanganan Jalan Rusak oleh Humas Pemerintah Kota Medan di Era Digital. Dalam penelitian kualitatif, penulis dituntut dapat menggali informasi dan data berdasarkan apa yang dikatakan, dirasakan, dan dilakukan oleh narasumber. Penelitian kualitatif bukan tentang apa yang dipikirkan oleh penulis tetapi berdasarkan sebagaimana yang terjadi di lapangan. Baik itu yang dialami, dirasakan, dan dipikirkan oleh narasumber.

Narasumber pertama dalam penelitian ini adalah Humas Pemerintah Kota Medan yaitu Kasubbag Humas Pemerintah Kota Medan, Bapak Hendra Tarigan, S.Sos. Wawancara terkait pembentukan opini publik tentang jalan rusak di Kota Medan di era digital, narasumber pertama mengatakan bahwa terkait pemecahan

masalah jalan rusak di Kota Medan, pihak Pemerintah Kota Medan membuka layanan pengaduan lewat beberapa media sosial milik Humas Pemerintah Kota Medan maupun lewat aplikasi Medan Rumah Kita yang nantinya aduan tersebut akan diberikan kepada Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait untuk ditindaklanjuti.

“Terkait pemecahan masalah jalan rusak ini, Pemerintah Kota Medan dalam hal ini Humas Pemerintah Kota Medan telah membuka layanan aduan masyarakat melalui beberapa media seperti media sosial milik Humas Pemerintah Kota, maupun lewat aplikasi Medan Rumah Kita. Jadi apa yang menjadi keluhan masyarakat kita tampung semuanya. Kemudian aduan tersebut akan disampaikan ke Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait. Misalnya kalau jalan rusak ini kita sampaikan kepada Dinas Pekerjaan Umum (PU) untuk ditindak lanjuti. Kami juga rutin melakukan publikasi terhadap segala perbaikan yang dilakukan supaya masyarakat dapat melihat bahwa aduan mereka telah dilaksanakan”.

Menurut narasumber pertama, untuk saat ini proses pemecahan masalah terkait penanganan jalan rusak lebih difokuskan pada aduan masyarakat sendiri. Narasumber juga berharap masyarakat aktif berperan dalam memberikan informasi kepada pemerintah terkait aduan tentang jalan rusak khususnya lewat media sosial.

“Untuk saat ini terkait masalah jalan rusak kami di Pemerintah Kota Medan lebih memfokuskan aduan lewat media sosial maupun aplikasi. hal ini dikarenakan penggunaan media sosial kami anggap lebih efektif dan efisien jadi

masyarakat hanya tinggal buka media sosial masing – masing lalu melakukan aduan disana. Bisa juga masyarakat melakukan pengaduan lewat Aplikasi Medan Rumah Kita. Meskipun masyarakat tetap bisa melakukan pengaduan secara langsung dengan datang ke kantor”.

Narasumber pertama juga mengatakan dalam proses pengambilan keputusan maupun perencanaan anggaran terkait penanganan jalan rusak, pihak humas tidak ikut campur dalam proses tersebut dikarenakan sudah ada pihak yang memiliki wewenang. Narasumber pertama mengatakan tugas utama Humas Pemerintah Kota Medan lebih kepada publikasi terkait penanganan jalan rusak maupun pembangunan yang dilakukan oleh Walikota, Wakil Walikota, maupun Sekretaris Daerah (Sekda).

“Untuk proses pengambilan keputusan itu pihak Humas Pemerintah Kota Medan gak ikut campur karena ada Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait yang melakukannya. Kalau perencanaan anggaran sendiri juga itu ada pihak yang menangani soal masalah tersebut. Tugas Humas disini hanya pada penerimaan aduan, lewat beberapa media yang kami miliki kemudian aduan tersebut disampaikan ke OPD terkait lalu kami lakukan publikasi dalam hal ini perbaikan jalan baik itu saat proses perbaikannya maupun setelah selesai. Ya pokoknya semua hal terkait pembangunan yang telah dan akan dilakukan oleh Pemerintah Kota Medan utamanya Pak Walikota, Wakil Walikota, maupun Sekretaris Daerah (Sekda)”.

Narasumber pertama menambahkan untuk proses penyusunan program terkait penanganan jalan rusak di Kota Medan, pihak Humas Pemerintah Kota Medan tidak ikut didalam hal tersebut dikarenakan sudah ada pihak yang memiliki tugas dalam penyusunan program tersebut. Namun, beliau menjelaskan alur dalam penyusunan program terkait penanganan jalan rusak mulai dari penerimaan aduan hingga publikasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Medan.

“Kalau penyusunan program terkait penanganan jalan rusak sendiri seperti yang sudah dijelaskan tadi, dikerjakan oleh Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait yakni Dinas Pekerjaan Umum (PU). Namun kurang lebih alurnya masyarakat melakukan aduan lewat Humas Pemerintah Kota Medan lewat media sosial maupun lewat aplikasi Medan Rumah Kita yang nantinya akan disampaikan kepada OPD terkait lalu rapat penyusunan anggaran, proses pengerjaan dilapangan, publikasi oleh Humas Pemerintah Kota Medan”.

Terkait kinerja sebagai penasihat ahli, narasumber pertama mengatakan bahwa pihaknya tidak secara spesifik namun lebih mengarah ke publikasi termasuk soal perbaikan jalan rusak yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Medan.

“secara spesifik kami tidak memiliki peran dalam menjadi penasihat ahli karena sudah ada yang bertugas dibidang itu, tugas utama kami disini lebih kepada penerimaan aduan dan publikasinya. Publikasi tersebut yang diharapkan mampu membentuk opini di masyarakat terkait penanganan jalan rusak di Kota Medan ini”.

Sementara dalam menjalani kinerja mereka sebagai fasilitator antara pihak masyarakat dan pihak pemerintah terkait penanganan jalan, narasumber pertama mengatakan bahwa Humas Pemerintah Kota Medan bersedia menerima berbagai bentuk aduan dari masyarakat khususnya terkait jalan rusak lewat aduan di media sosial maupun aplikasi yang telah disediakan oleh Pemerintah Kota Medan.

“Kami hingga saat ini membuka pengaduan apapun dari masyarakat termasuk masalah jalan rusak. Jadi kalau ada masyarakat yang jalan di rumahnya rusak atau berlubang, dapat melakukan aduan kepada kami lewat media sosial. Adapun aduan dari media sosial dapat dilakukan di Instagram milik Humas Pemerintah Kota Medan di @humas_pemkomedan, melalui Facebook di Pemerintah Kota Medan, kemudian ada di Twitter di @humas_pemko maupun bisa lewat aplikasi Medan Rumah Kita yang dirilis tahun 2018 kemarin. Aduannya sendiri nantinya ditampung di bagian *Command Center*”.

Sementara untuk kinerja sebagai fasilitator dalam pemecahan masalah terkait penanganan jalan rusak di era digital ini, narasumber pertama mengatakan pihaknya akan bersinergi dengan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) dalam menangani permasalahan jalan rusak. Narasumber pertama juga menambahkan dalam penanganan jalan rusak ini memang memerlukan waktu yang lebih lama dikarenakan banyak prosedur yang harus dilewati termasuk perumusan anggaran.

“Ya jadi kita akan tunggu aduan masyarakat tersebut lalu kami berikan kepada Dinas Pekerjaan Umum (PU). Terkait pemecahan masalah jalan rusak ini memang dalam proses perbaikan jalan tersebut bisa memakan waktu cukup lama

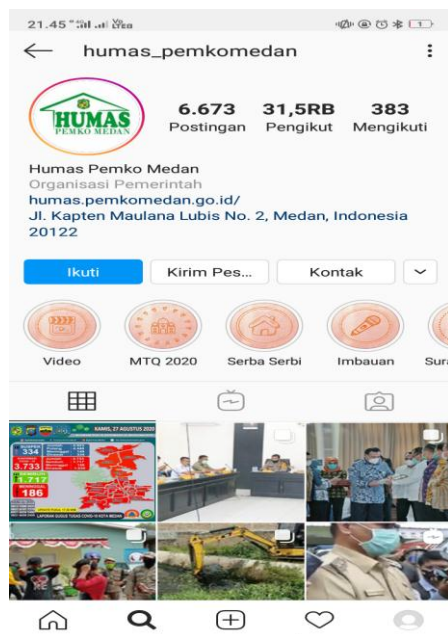
karena ya bisa kita lihat jalan berlubang di Kota Medan ini masih cukup banyak, ditambah keterbatasan kami untuk terjun secara langsung untuk melihat seluruh jalan di Kota Medan ini, belum lagi kalau perbaikan jalan ini tentu harus ada rapat anggaran dulu sehingga akan memakan waktu juga. Jadi tidak langsung masyarakat melakukan aduan langsung saat itu juga ada perbaikan jalan. Jadi masyarakat masih harus menunggu. Contohnya jalan di depan kampus kalian dulunya rusak parah itu sampai ada demonstrasi dan masih banyak lagi titik jalan yang rusak, bahkan Medan sempat dijuluki “Kota Seribu Lubang” karena banyaknya jalan yang berlubang waktu itu. Nah dalam proses perbaikan jalannya itu kita akan foto jalan rusak tersebut sebelum dan sesudah diperbaiki. Lalu kita *upload* di media sosial, lewat *website*, media cetak maupun lewat aplikasi supaya masyarakat bisa lihat, jadi proses pembentukan opini masyarakatnya disitu. Kita menjawab keluhan masyarakat tidak hanya menggunakan kata – kata saja tapi langsung menggunakan tindakan”.

Kemudian narasumber pertama juga menjelaskan bahwa dalam praktiknya Humas Pemerintah Kota Medan juga membuat *press release* dalam upayanya berperan dalam teknis komunikasi dalam hal pembentukan opini publik. Nantinya *press release* tersebut akan disebarakan lewat media cetak seperti koran maupun lewat *website* resmi milik Pemerintah Kota Medan.

“Kalau *press release* kita buat juga. Nantinya *press release* tersebut akan kita publikasikan lewat *website* di www.humas.pemkomedan.go.id. Itu masyarakat dapat membukanya secara bebas. Apapun berita terkait pembangunan yang dilakukan di Kota Medan, termasuk soal jalan rusak itu kita publikasikan

disitu. Selain itu kami juga memberikan *press release* tersebut kepada media cetak dalam hal ini koran. Jadi wartawan nantinya akan mengambil *press release* tersebut untuk dipublikasikan di media cetak masing – masing”.

Berikut tampilan beberapa media sosial milik Humas Pemerintah Kota Medan maupun aplikasi Medan Rumah Kita yang dapat digunakan untuk memberikan pengaduan maupun melihat publikasi terkait apa saja yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kota Medan.



Gambar 4. 1 Media Sosial Instagram Humas Pemerintah Kota Medan



Gambar 4. 2 Media Sosial Twitter Humas Pemerintah Kota Medan



Gambar 4. 3 Media Sosial Facebook Humas Pemerintah Kota Medan



Gambar 4. 4 Aplikasi Medan Rumah Kita

Pada akhir wawancara, Bapak Hendra Tarigan juga sempat mengantarkan penulis ke bagian *Command Cnter* dimana semua aduan dari masyarakat yang berasal dari aplikasi Medan Rumah Kita ditampung. Tempat tersebut terletak di lantai satu kantor Pemerintah Kota Medan.

“Ada di dekat lorong lantai satu nama tempatnya *Command Center*. Jadi ditempat itu semua pengaduan ditampung yang kemudian di berikan kepada dinas terkait. Kalau soal jalan rusak berarti ke Dinas Pekerjaan Umum (PU). Disana ada petugas operator yang bertugas disana”.

Di dalam ruangan *Command Center* sendiri berdasarkan apa yang dikatakan oleh narasumber pertama, baru mulai digunakan sejak 2018 bersamaan dengan *launching* aplikasi Medan Rumah Kita. Penulis melakukan wawancara

dengan salah satu operator *Command Center* bernama Jefri Nasution (Narasumber kedua) yang saat itu sedang bertugas. Narasumber tersebut menjelaskan beberapa hal terkait tata cara memberikan aduan kepada Pemerintah Kota Medan yang nantinya ditampung di ruangan *Command Center*. Menurutnya, untuk menggunakan aplikasi Medan Rumah Kita, masyarakat perlu mengunduh aplikasi dan mengisi beberapa data diri seperti yang dikatakan dalam wawancara.

“Untuk aplikasi Medan Rumah Kita, pastinya harus *download* dulu aplikasinya dari ponsel berbasis Android maupun IOS untuk pengguna Iphone. Selanjutnya kita harus mengisi data diri sesuai identitas yang ada di Kartu Tanda Penduduk (KTP) seperti nama lengkap, alamat rumah, nomor ponsel yang bisa dihubungi, serta Nomor Induk Kependudukan (NIK). Setelah berhasil kita diminta untuk melakukan verifikasi lewat *email* dan setelah verifikasi selesai baru aplikasinya dapat digunakan. Sementara untuk media sosial sendiri, masyarakat dapat melakukan pengaduan lewat Instagram di @humas_pemkomedan, Facebook di Pemko Medan. Setelah aduannya diterima, maka akan diberitahukan kepada Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait di hari yang sama pula. Lalu laporan tersebut akan di disposisi ke atasan OPD terkait, kemudian akan diberikan lagi kepada pihak Humas untuk di publikasi dan dapat dilihat oleh masyarakat apakah laporan mereka telah diterima atau sedang diproses”.

Narasumber kedua juga mengatakan bahwa masyarakat bisa melakukan aduan tentang berbagai hal, dan salah satunya adalah jalan rusak.

“Banyak jenis aduan yang dapat dilaporkan seperti jalan rusak, lampu jalan mati, sampah yang berserak, dan lain sebagainya. Terkait jalan rusak kita akan terima aduan dengan syarat dan ketentuan pelapor harus memberikan foto jalan rusaknya dengan jelas, lalu alamat yang jelas termasuk kecamatan dan kelurahannya. Lalu memberikan informasi selengkap mungkin seperti seberapa parah rusaknya jalan tersebut, dan telah berapa lama jalan tersebut telah rusak. Setelah laporannya diterima, akan langsung diberitahukan kepada OPD terkait dihari yang sama pula. Lalu laporan akan di disposisi ke atasan OPD terkait, dan akan diberikan lagi ke pihak operator untuk di *publish* di aplikasi maupun media sosial Pemerintah Kota Medan agar dapat dilihat oleh masyarakat dan masyarakat dapat melihat maupun mengetahui apakah laporan sudah diterima atau sedang diproses”.

Berdasarkan pengakuan narasumber kedua, pengaduan menggunakan media sosial dan aplikasi lebih efektif dikarenakan lebih memudahkan baik itu bagi masyarakat maupun bagi pihak Pemerintah Kota Medan.

“Sejauh ini cukup efektif, namun dikarenakan permasalahan jalan rusak di Kota Medan ini tidak sedikit, ditambah beberapa permasalahan anggaran dan sebagai macamnya sehingga proses perbaikan sendiri akan memakan waktu lebih lama. Hal ini tentu berbeda dengan masalah lain seperti lampu jalan mati, maupun sampah yang berserakan di jalan yang tentunya akan lebih cepat proses penyelesaiannya”.

Narasumber kedua juga mengatakan untuk saat ini terkait permasalahan jalan rusak, Pemerintah Kota Medan lebih mengutamakan menerima aduan secara daring lewat media online.

“Kalau soal pemecahan masalah jalan rusak ini kami lebih mengutamakan pengaduan lewat media sosial maupun aplikasi. hal ini dikarenakan pengaduan lewat media sosial maupun aplikasi kami anggap lebih efisien waktu maupun memudahkan masyarakat sendiri. Karena hanya tinggal mengirim foto maupun memberitahukan lewat kolom komentar maupun *direct message* media sosial, masyarakat bisa memberikan laporan apapun. Ditambah lagi laporan lewat media sosial seperti ini dapat digunakan 24 jam”.

Di bawah ini merupakan foto tampilan depan dari aplikasi Medan Rumah Kita, Instagram resmi Humas Pemerintah Kota Medan dan Facebook resmi Pemerintah Kota Medan

Penulis kemudian melakukan wawancara kepada beberapa orang masyarakat untuk mengetahui bagaimana pendapat mereka terkait penanganan jalan rusak, dan apakah proses publikasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Medan memiliki dampak positif bagi opini masyarakat terkait kinerja Pemerintah Kota Medan khususnya terkait penanganan jalan rusak. Penulis melakukan proses wawancara di jalan Tapian Nauli, Kecamatan Medan Sunggal. Hal itu dikarenakan jalan Tapian Nauli merupakan salah satu jalan yang diperbaiki oleh Pemerintah Kota Medan, dan perbaikan jalan tersebut juga di

publikasikan oleh Humas Pemerintah Kota Medan melalui akun Instagram resmi mereka.

Narasumber ketiga bernama Daniel H. Simorangkir. Menurut narasumber, dirinya mengetahui informasi terkait permasalahan jalan rusak lewat media sosial.

“Kalau soal masalah jalan rusak ini saya tau. Biasanya saya sering buka media sosial Instagram baik itu milik Pemerintah Kota Medan, atau media sosial yang membahas atau sering *posting* informasi terkait Kota Medan. Sebelum perbaikan itu jalan disini (Tapi Nauli) rusak, berlubang gitu, apalagi kalau habis hujan pasti tergenang, kadang kalau hujannya deras bisa banjir jadi bahaya soalnya lubang di jalannya jadi tidak terlihat”.

Penulis kemudian bertanya kepada Narasumber ketiga apakah dia mengetahui peran Humas Pemerintah Kota Medan. menurut narasumber, humas merupakan bagian dimana tugasnya menjadi jembatan antara masyarakat dan instansi dalam hal ini Pemerintah Kota Medan.

“Sepengetahuan saya, humas itu seperti pihak yang menjadi jembatan antara masyarakat dan pemerintah. Jadi apapun masalah yang menyangkut pemerintah atau pengaduan ditunjukan ke humasnya dulu baru ke atasannya”.

Penulis kemudian bertanya kepada narasumber ketiga bagaimana kinerja Humas Pemerintah Kota Medan sebagai penasihat ahli dalam penanganan jalan rusak di Kota Medan. Menurut narasumber dirinya kurang mengetahui bagaimana kinerja mereka di dalam kantor tersebut.

“Kalau saya kurang ngerti sih bang bagaimana kinerja mereka di dalam kantor itu seperti apa”.

Kemudian penulis bertanya terkait kinerja Humas Pemerintah Kota Medan sebagai fasilitator antara masyarakat dan Pemerintah dalam hal penanganan jalan rusak. Menurut narasumber, kinerja Humas Pemerintah Kota Medan sendiri dalam menjadi fasilitator antara masyarakat dan Pemerintah Kota Medan sudah baik dikarenakan mereka sudah banyak memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memberikan pengaduan terkait jalan rusak di Kota Medan.

“Untuk masalah jadi fasilitator antara masyarakat dan pemerintah ini menurut saya sejauh ini sudah lumayan. Apalagi mereka mau menerima aduan lewat media sosial gitu. Jadi lebih memudahkan masyarakat juga dalam melakukan pengaduan”.

Sementara dalam perannya sebagai fasilitator penyelesaian masalah, narasumber ketiga merasa kinerja Humas Pemerintah Kota Medan sudah mampu menjalankan fungsinya dengan baik dikarenakan publikasi yang rutin dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Medan.

“Kalau dibanding tahun – tahun sebelumnya bisa dibilang sudah ada perbaikan kinerja. Ya itu juga menurut saya karena publikasi yang mereka lakukan. Paling tidak bagi saya yang pernah melakukan pengaduan terkait jalan rusak ini merasa aduan saya sudah ditanggapi, meskipun belum ada perbaikan tapi saya juga tau kalau perbaikan jalan pasti besar anggarannya. Sementara saya baca – baca di artikel soal pemko ini anggarannya kecil”.

Penulis kemudian bertanya soal bagaimana peran Humas Pemerintah Kota Medan sebagai teknisi komunikasi terkait penanganan jalan rusak di Kota Medan di era digital. Menurut narasumber, Humas Pemerintah Kota Medan diharap mampu lebih berinisiatif dan turun langsung ke masyarakat untuk bertanya secara langsung terkait masalah jalan rusak di Kota Medan.

“Masih agak kurang. Karena mereka seolah hanya menunggu aduan dari masyarakat. Jadi harusnya bisa lebih inisiatif lagi dalam menyelesaikan masalah soal jalan rusak ini khususnya supaya masyarakat bisa lebih puas lagi dengan kinerja mereka”.

Penulis juga bertanya bagaimana pendapat narasumber ketiga tentang penggunaan media sosial maupun aplikasi dalam proses pengaduan masyarakat terkait penanganan jalan rusak di Kota Medan.

“Kalau penggunaan media sosial sendiri menurut saya pribadi lebih enak bang. Soalnya kalau lewat media sosial ini kan kita tinggal buka akun pribadi kita terus tinggal buat pengaduan ini. Meskipun respon balasannya selalu sama saya lihat. Contohnya balasan dari akun Humas Pemerintah Kota Medan ini pasti terimakasih atas aduan, akan kami sampaikan ke OPD terkait. Dibanding kalau kita pengaduan langsung datang ke kantor Walikota pasti nunggu orangnya lama, kalau lewat media sosial gini kan lebih hemat waktu juga”.

Terkait aplikasi, penulis juga bertanya apakah narasumber ketiga mengetahui tentang aplikasi Medan Rumah Kita, atau apakah narasumber ketiga pernah menggunakan aplikasi tersebut. Menurut narasumber, dirinya sempat

mendengar soal aplikasi tersebut, hanya saja sampai saat ini narasumber tidak pernah mengunduh ataupun menggunakan aplikasi tersebut. Menurut narasumber ketiga, dirinya lebih nyaman menggunakan media sosial dalam hal ini Instagram untuk melihat maupun melakukan aduan kepada pihak Humas Pemerintah Kota Medan.

“Aplikasi itu saya pernah dengar sih bang. Tapi saya pribadi tidak pernah menggunakan aplikasi tersebut karena gak ngerti juga cara menggunakannya soalnya saya sendiri tidak pernah mendapat penyuluhan tentang aplikasi tersebut, jadi cuma hanya tau saja. Saya lebih suka menggunakan media sosial saja karena praktis”.

Narasumber berikutnya bernama Anggun sebagai narasumber keempat. Pertanyaan pertama dari penulis adalah apakah narasumber mengetahui soal permasalahan jalan rusak di Kota Medan, dan darimana narasumber mengetahui informasi tersebut. Berdasarkan penuturan narasumber keempat, dia mengetahui informasi tentang jalan rusak di Kota Medan dari media sosial, baik itu dari media sosial resmi Humas Pemerintah Kota Medan, maupun dari berita di televisi.

“Kalau saya karena lumayan sering buka media sosial Instagram, jadi lebih sering lewat situ sih. Kadang saya lihat di Instagram Humas Pemerintah Kota Medan atau dari berita di televisi juga”.

Pertanyaan berikutnya dari penulis adalah apakah narasumber keempat mengetahui apa itu Humas, khususnya Humas Pemerintah Kota Medan.

Narasumber sendiri mengaku mengetahui apa itu Humas. Namun, hanya sebatas pengertian umum humas sebagai jembatan antara masyarakat dan instansi.

“Setau saya humas itu yang menjembatani antara masyarakat sama pemerintah gitu. Ya seperti humas di perusahaan gitu juga bang. Jadi kalau ada apa – apa lapor ke mereka dulu”.

Kemudian penulis bertanya soal bagaimana kinerja Humas Pemerintah Kota Medan dalam hal menjadi penasihat ahli dalam penanganan jalan rusak. Apakah narasumber keempat pernah mendapat sosialisasi dari pihak Pemerintah Kota Medan terkait soal pengaduan jalan rusak dan sebagainya. Menurut pengakuan narasumber keempat, dirinya tidak pernah mendapat sosialisasi terkait pengaduan jalan rusak, maupun soal publikasi jalan rusak di Kota Medan. Narasumber melihat publikasi maupun pengaduan secara mandiri.

“Kalau soal itu saya sendiri kurang begitu tau bang, soalnya saya sendiri kan juga bukan orang Kantor Pemerintah Kota Medan”.

Penulis kemudia bertanya tentang bagaimana pendapat narasumber keempat tentang peran Humas Pemerintah Kota Medan sebagai fasilitator antara masyarakat dan pemerintah.

“Kalau menurut saya peran mereka sebagai fasilitator ini bisa dibilang ada peningkatan. Dilihat dari bagaimana mereka merespon aduan dari masyarakat. Meskipun menurut saya sebaiknya Humas ini juga harusnya turun langsung ke masyarakat, bertanya langsung ke mereka apa yang masih kurang atau perlu

diperbaiki terkait jalan rusak ini. Karena tidak semua masyarakat tau soal sosial media dan lain sebagainya”.

Sementara dalam peran sebagai fasilitator penyelesaian masalah menurut narasumber keempat, dirinya merasa sudah ada perkembangan terkait penanganan jalan rusak, dimana sudah ada perbaikan dimana – mana.

“Ya kalau dilihat beberapa tahun terakhir ini tugas mereka dalam melakukan publikasi soal jalan rusak sudah lumayan baik, mereka juga mau menerima aduan dari masyarakat. Meskipun belum semua jalan di Kota Medan ini diperbaiki tapi dibanding dulu, sudah banyak perbaikan dimana – mana juga. Tapi menurut saya sebaiknya pemerintah lebih inisiatif dalam menyelesaikan jalan rusak. Jangan tunggu adanya aduan dari masyarakat dulu baru jalannya diperbaiki”.

Penulis kemudian bertanya bagaimana peran Humas Pemerintah Kota Medan sebagai teknisi komunikasi dalam proses pembentukan opini terkait penanganan jalan rusak di era digital.

“Ya sejauh ini yang bisa saya katakan sudah lebih baik. Meskipun seperti yang saya tadi juga katakan lebih baik lagi kalau Pemerintah Kota Medan ini bisa langsung berinisiatif dalam menyelesaikan permasalahan jalan rusak ini”.

Terkait penggunaan media sosial, penulis kemudian bertanya kepada narasumber keempat apakah penggunaan media sosial maupun aplikasi memudahkan dirinya dalam melakukan pengaduan maupun melihat apa saja yang telah dikerjakan oleh Humas Pemerintah Kota Medan. Menurut narasumber,

dirinya merasa terbantu dengan adanya media sosial milik Humas Pemerintah Kota Medan dikarenakan dia bisa melihat apa saja yang telah berhasil dilakukan oleh Pemerintah Kota Medan khususnya terkait penanganan jalan rusak di Kota Medan.

“Menurut saya kalau pengaduan lewat media sosial seperti ini jauh lebih efisien. Tinggal buka media sosial terus kirim pesan ke mereka. Dibandingkan kalau kita harus datang langsung kesana pasti lebih susah. Meskipun menurut saya Pemerintah juga harus turun ke masyarakat untuk melihat dan diskusi langsung dengan masyarakat karena tidak semua masyarakat mengetahui soal media sosial ini. Selain itu dengan adanya media sosial ini kita juga bisa melihat apa saja yang sudah dikerjakan oleh Pemerintah Kota Medan”.

Kemudian terkait aplikasi Medan Rumah Kita, penulis bertanya apakah narasumber mengetahui apa itu aplikasi Medan Rumah Kita. Dan apakah narasumber pernah menggunakan aplikasi tersebut dalam upaya pengaduan terkait jalan rusak di Kota Medan. menurut penuturan narasumber keempat, dirinya hanya sekedar mengetahui aplikasi Medan Rumah Kita. Namun, untuk proses pengaduan maupun melihat publikasi kinerja Pemerintah, narasumber menggunakan media sosial dikarenakan lebih praktis dan gampang digunakan.

“Saya tau Medan Rumah Kita. Tapi saya tidak pernah memakai aplikasi tersebut. Menurut saya lebih gampang pakai media sosial saja selain itu saya sendiri juga malas kalau harus *download* hanya untuk mengadu satu atau dua kali saja”.

4.2. Pembahasan

Dalam praktiknya, Humas Pemerintah Kota Medan telah melaksanakan tiga peran, pertama sebagai fasilitator komunikasi, yaitu orang yang berada pada batas antara organisasi dengan lingkungannya yang menjaga agar komunikasi dua arah tetap berlangsung. Kemudian yang kedua sebagai fasilitator proses pemecahan masalah, dimana humas dalam tugasnya sebagai konsultan untuk mendefinisikan masalah, memantau implementasi kebijakan, hingga mengambil tindakan dalam mengatasi persoalan atau krisis. Ketiga sebagai teknisi komunikasi, yaitu menjadikan humas sebagai *journalist in resident*, yang memberikan layanan teknis komunikasi (Ruslan, 2010: 20).

Fungsi yang pertama adalah sebagai fasilitator komunikasi dimana Humas Pemerintah Kota Medan berada ditengah – tengah antara masyarakat dan Instansi dalam hal ini adalah Pemerintah Kota Medan. dalam praktiknya, Humas Pemerintah Kota Medan, menerima berbagai aduan dari masyarakat dalam hal ini adalah aduan terkait jalan rusak di Kota Medan.

Fungsi humas yang kedua adalah sebagai fasilitator pemecahan masalah dimana tindakan yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Medan adalah membuat media sosial milik mereka sendiri kemudian menerima aduan dari beberapa media sosial tersebut, maupun lewat aplikasi Medan Rumah Kita. Masyarakat sendiri dapat menggunakan beberapa media tersebut untuk melakukan pengaduan untuk nantinya oleh Humas Pemerintah Kota disampaikan kepada Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait untuk kemudian ditindaklanjuti.

Fungsi berikutnya adalah sebagai teknisi komunikasi. Hal ini juga dijalankan oleh Humas Pemerintah Kota Medan dimana mereka membuat *press release* yang kemudian disebarluaskan melalui bantuan media cetak. Selain itu mereka juga mempublikasikannya lewat *website* resmi mereka di www.humas.pemkomedan.go.id. Semua publikasi tersebut dapat dilihat oleh masyarakat untuk mengetahui sudah sejauh mana kinerja Pemerintah Kota Medan.

Sementara peran sebagai penasihat ahli kurang dijalankan oleh Humas Pemerintah Kota Medan. Hal ini sendiri dikarenakan di dalam penanganan jalan rusak, sudah ada pihak yang memiliki peran sebagai pencari solusi dalam hal ini adalah Dinas Pekerjaan Umum (PU). Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa tugas utama dari Humas Pemerintah Kota Medan lebih kepada publikasi.

Kinerja yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Medan terkait penanganan jalan rusak sendiri dianggap mengalami peningkatan oleh masyarakat dikarenakan perbaikan jalan yang cukup masif sejak banyaknya media yang memberikan juluki bagi Kota Medan sebagai kota seribu lubang pada 2018. Publikasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Medan di berbagai media juga memberikan dampak positif karena dianggap memberikan gambaran kepada masyarakat tentang bagaimana proses perbaikan jalan yang ada di Kota Medan.

Selain itu, penggunaan media sosial dalam proses pengaduan masyarakat juga dianggap memudahkan masyarakat dalam memberikan pengaduan terkait berbagai hal khususnya tentang jalan rusak. Meskipun, dari temuan penulis di lapangan, masyarakat sendiri berharap Pemerintah Kota Medan lebih berinisiatif

dan mau melakukan perbaikan jalan tanpa harus adanya pengaduan terlebih dahulu. Selain itu, dalam melakukan pengaduan masyarakat cenderung hanya menggunakan media sosial dibanding dengan media lain contohnya seperti aplikasi Medan Rumah Kita yang sudah dirilis sejak tahun 2018. Dari pandangan masyarakat sendiri, kurangnya sosialisasi tentang aplikasi Medan Rumah Kita menjadi alasan utama selain alasan lain seperti malas harus mengunduh aplikasinya.

BAB V

PENUTUP

5. 1. Simpulan

Penelitian tentang pembentukan opini publik tentang penanganan jalan rusak oleh Humas Pemerintah Kota Medan di era digital didapat beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Pembentukan opini publik tentang penanganan jalan rusak oleh Humas Pemerintah Kota Medan di era digital dimulai dari Humas Pemerintah Kota Medan menerima aduan dari masyarakat lewat berbagai media yang disediakan oleh Pemerintah Kota Medan, kemudian aduan tersebut diberikan ke dinas terkait dalam hal ini adalah Dinas Pekerjaan Umum. Publikasi kemudian dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Medan di media sosial yang kemudian dapat dilihat oleh masyarakat Kota Medan. Beberapa *platform* pengaduan yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk mengadukan permasalahan maupun informasi kepada Pemerintah Kota Medan diantaranya lewat media sosial resmi mereka di Instagram @humas_pemkomedan, Facebook di HUMAS PEMKO MEDAN, Twitter di @humas_pemko, Website di www.humas.pemkomedan.go.id, maupun lewat aplikasi Medan Rumah Kita.
2. Terdapat tiga peran kehumasan yang dijalankan oleh Humas Pemerintah Kota Medan diantaranya, sebagai fasilitator komunikasi, fasilitator proses pemecahan masalah, serta sebagai teknisi komunikasi.

5. 2. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian diperoleh beberapa saran sebagai berikut:

Saran Teoritis:

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya Humas Pemerintah Kota Medan dalam membentuk opini publik tentang penanganan jalan rusak di Kota Medan di era digital dengan menggunakan teori komunikasi antarpribadi, teori media, dan teori kehumasan.

Saran Akademis:

Dapat memberikan manfaat untuk memperdalam ilmu pengetahuan dan dapat menjadi sumber penelitian terkait kinerja Humas Pemerintah Kota Medan terhadap kepuasan masyarakat terkait proses pengaduan jalan rusak di era digital.

Saran Praktis:

Bagi masyarakat dapat memaksimalkan penggunaan media yang dapat dijadikan alat pengaduan maupun memberikan informasi kepada pihak Pemerintah Kota Medan salah satunya terkait permasalahan jalan rusak di Kota Medan.

Bagi Humas Pemerintah Kota Medan sebaiknya lebih gencar melakukan sosialisasi secara langsung kepada masyarakat guna mengetahui permasalahan yang ada di masyarakat sehingga proses perbaikan di berbagai bidang dapat berjalan jauh lebih cepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 2011. *Komunikasi Politik: Filsafat-Teori-Tujuan-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ardianto dan Soemirat. 2010. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Auliya, Mutiara. *Mudahnya Hidup di Era Digital*. (November 2018). Domainesia.com. 7 Februari 2020.
<https://www.domainesia.com/berita/era-digital-adalah/>
- Budi, Rayudaswati. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Makassar: KRETAKUPA Print.
- Bungin, Burhan. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. RajaGrafindo.
- Cutlip, Scott M., Center, Allen H., Broom, Glen M. 2009. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, 2011. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Human Relations & Public Relations*. Bandung: Mandar Maju.
- Eriyanto, 2018. *Media dan Opini Publik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Gassing, Syarifuddin S, Suryanto. 2016. *Public Relations*. Yogyakarta: C. V Andi Offset.
- Heryanto & Rumaru. 2013. *Komunikasi Politik – Sebuah Pengantar*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations Edisi kelima*, Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Public Relations Writing: Media Public Relations Membangun Citra Korporat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- _____ 2010. *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kusumastuti, Frida. 2004. *Dasar-dasar Hubungan Masyarakat*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Lanani K. 2013. *Belajar Berkomunikasi dan Komunikasi untuk Belajar dalam Pembelajaran Matematika*. Bandung: STKIP Siliwangi.
- Lattimore, dan, Baskin Otis, T. Heiman Suzzette, dan Toth L. Elizabeth. 2010. *Public Relations: Profesi dan Praktik. Edisi 3*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, J Lexy. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosadakarya.
- Mukarom, Zainal dan, Muhidin Wijaya Laksana. 2011. *Media Relations; Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- _____ 2015. *Manajemen Pelayanan Publik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka.
- Rumanti. Assumpta Sr Maria. 2002. *Dasar-dasar Public Relations: Teori an Praktik*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Ruslan, Rosady. 2007. *Kampanye Public Relations*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- _____ 2010. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi; Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- _____ 2013. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sastropoetro, Santoso R.A. 1990. *Pendapat Khalayak Dalam Komunikasi Sosial*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Setiawan, Wawan. 2017. *Era Digital dan Tantangannya*. Makalah disajikan dalam Seminar, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
- Suhandang, Kustadi. 2004. *Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik*. Bandung: Yayasan Nuansa Cendikia.

- Sunarjo, U. 1984. *Pemerintahan Desa dan Kelurahan*. Bandung: Tarsito.
- Suparmo, Ludwig. 2011. *Aspek Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Indeks.
- Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Suranto. 2005. *Komunikasi Perkantoran*. Yogyakarta: Media Wacana.
- Syahputra, Iswandi. 2018 *Opini Publik Konsep, Pembentukan, dan Pengukuran*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 34 Tahun 2006 Tentang Jalan.
- Widjaja, A. W. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi, Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- 2000. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yulianita, Neni. 2007. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: LPPM UNISBA.

LAMPIRAN

FOTO NARASUMBER



Narasumber pertama : Bapak Hendra Tarigan, S.Sos



Narasumber kedua: Jefri Nasution



Narasumber ketiga: Daniel



Narasumber keempat: Anggun

Panduan Wawancara

Informan/Narasumber Humas Pemerintah Kota Medan

Pertanyaan:

1. Bagaimana pendapat anda terkait pemecahan masalah jalan rusak yang ada di Kota Medan?
2. Apakah ada alternatif pemecahan masalah lain terkait penanganan jalan rusak di Kota Medan?
3. Bagaimana pengambilan keputusan oleh pihak Humas Pemerintah Kota Medan terkait penanganan jalan rusak di Kota Medan?
4. Bagaimana pemerintah menyusun program terkait penanganan jalan rusak di Kota Medan?
5. Bagaimana peran Humas Pemerintah Kota Medan sebagai penasihat ahli dalam membentuk opini masyarakat terkait penanganan jalan rusak di Kota Medan?
6. Bagaimana peran Humas Pemerintah Kota Medan sebagai fasilitator antara pihak pemerintah dan masyarakat dimana di lingkungan tempat mereka tinggal terdapat jalan rusak?
7. Bagaimana peran Humas Pemerintah Kota Medan sebagai fasilitator proses pemecahan masalah terkait penanganan jalan rusak?
8. Bagaimana peran Humas Pemerintah Kota Medan sebagai teknisi komunikasi dalam hal ini pembentukan opini publik seperti contohnya pembuatan *press release* dan lain sebagainya?

Informan/Narasumber Operator *Command Center*

Pertanyaan:

1. Bagaimana proses pengaduan masyarakat terkait jalan rusak di Kota Medan melalui aplikasi Medan Rumah Kita?
2. Apa saja jenis aduan yang terdapat di aplikasi Medan Rumah Kita?
3. Bagaimana efektivitas media sosial maupun aplikasi dalam proses pengaduan oleh masyarakat terkait penanganan jalan rusak di Kota Medan?
4. Apakah ada alternatif lain dalam pemecahan masalah jalan rusak di Kota Medan?

Informan/Narasumber Masyarakat

Pertanyaan:

1. Bagaimana narasumber bisa mengetahui permasalahan jalan rusak yang ada di Kota Medan?
2. Apakah narasumber mengetahui apa itu Humas Pemerintah Kota Medan?
3. Bagaimana peran Humas Pemerintah Kota Medan sebagai penasihat ahli terkait pembentukan opini publik tentang penanganan jalan rusak di Kota Medan di era digital?
4. Bagaimana peran Humas Pemerintah Kota Medan sebagai fasilitator ahli terkait pembentukan opini publik tentang penanganan jalan rusak di Kota Medan di era digital?
5. Bagaimana peran Humas Pemerintah Kota Medan sebagai fasilitator proses penyelesaian masalah terkait pembentukan opini publik tentang penanganan jalan rusak di era digital?
6. Bagaimana peran Humas Pemerintah Kota Medan sebagai teknisi komunikasi terkait pembentukan opini publik tentang penanganan jalan rusak di era digital?
7. Bagaimana efektivitas penggunaan media sosial dalam penyelesaian masalah terkait jalan rusak di Kota Medan?
8. Apakah narasumber mengetahui tentang aplikasi Medan Rumah Kita?

Transkrip Wawancara

Informan/Narasumber Pertama

Hendra Tarigan, S.Sos (Kasubbag Humas Pemerintah Kota Medan)

Pertanyaan;

1. Bagaimana pendapat anda terkait pemecahan masalah jalan rusak yang ada di Kota Medan?

Jawaban: Terkait pemecahan masalah jalan rusak ini, Pemerintah Kota Medan dalam hal ini Humas Pemerintah Kota Medan telah membuka layanan aduan masyarakat melalui beberapa media seperti media sosial milik Humas Pemerintah Kota, maupun lewat aplikasi Medan Rumah Kita. Jadi apa yang menjadi keluhan masyarakat kita tampung semuanya. Kemudian aduan tersebut akan disampaikan ke Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait. Misalnya kalau jalan rusak ini kita sampaikan kepada Dinas Pekerjaan Umum (PU) untuk ditindak lanjuti. Kami juga rutin melakukan publikasi terhadap segala perbaikan yang dilakukan supaya masyarakat dapat melihat bahwa aduan mereka telah dilaksanakan.

2. Apakah ada alternatif pemecahan masalah lain terkait penanganan jalan rusak di Kota Medan?

Jawaban: Untuk saat ini terkait masalah jalan rusak kami di Pemerintah Kota Medan lebih memfokuskan aduan lewat media sosial maupun aplikasi. hal ini dikarenakan penggunaan media sosial kami anggap lebih efektif dan efisien jadi masyarakat hanya tinggal buka media sosial masing – masing lalu melakukan aduan disana. Bisa juga masyarakat melakukan pengaduan lewat Aplikasi Medan Rumah Kita. Meskipun masyarakat tetap bisa melakukan pengaduan secara langsung dengan datang ke kantor.

3. Bagaimana pengambilan keputusan oleh pihak Humas Pemerintah Kota Medan terkait penanganan jalan rusak di Kota Medan?

Jawaban: Untuk proses pengambilan keputusan itu pihak Humas Pemerintah Kota Medan gak ikut campur karena ada Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait yang melakukannya. Kalau perencanaan anggaran sendiri juga itu ada pihak yang menangani soal masalah tersebut. Tugas Humas disini hanya pada penerimaan aduan, lewat beberapa media yang kami miliki kemudian aduan tersebut disampaikan ke OPD terkait lalu kami lakukan publikasi dalam hal ini perbaikan jalan baik itu saat proses perbaikannya maupun setelah selesai. Ya pokoknya semua hal terkait pembangunan yang telah dan akan dilakukan oleh Pemerintah

Kota Medan utamanya Pak Walikota, Wakil Walikota, maupun Sekretaris Daerah (Sekda).

4. Bagaimana pemerintah menyusun program terkait penanganan jalan rusak di Kota Medan?

Jawaban: Kalau penyusunan program terkait penanganan jalan rusak sendiri seperti yang sudah dijelaskan tadi, dikerjakan oleh Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait yakni Dinas Pekerjaan Umum (PU). Namun kurang lebih alurnya masyarakat melakukan aduan lewat Humas Pemerintah Kota Medan lewat media sosial maupun lewat aplikasi Medan Rumah Kita yang nantinya akan disampaikan kepada OPD terkait lalu rapat penyusunan anggaran, proses pengerjaan dilapangan, publikasi oleh Humas Pemerintah Kota Medan.

5. Bagaimana peran Humas Pemerintah Kota Medan sebagai penasihat ahli dalam membentuk opini masyarakat terkait penanganan jalan rusak di Kota Medan?

Jawaban: secara spesifik kami tidak memiliki peran dalam menjadi penasihat ahli karena sudah ada yang bertugas dibidang itu. Tugas utama kami disini lebih kepada penerimaan aduan dan publikasinya. Publikasi tersebut yang diharapkan mampu membentuk opini di masyarakat terkait penanganan jalan rusak ini.

6. Bagaimana peran Humas Pemerintah Kota Medan sebagai fasilitator antara pihak pemerintah dan masyarakat dimana di lingkungan tempat mereka tinggal terdapat jalan rusak?

Jawaban: kami hingga saat ini membuka pengaduan apapun dari masyarakat termasuk masalah jalan rusak. Jadi kalau ada masyarakat yang jalan di rumahnya rusak atau berlubang, dapat melakukan aduan kepada kami lewat media sosial. Adapun aduan dari media sosial dapat dilakukan di Instagram milik Humas Pemerintah Kota Medan di @humas_pemkomedan, melalui Facebook di Pemerintah Kota Medan, kemudian ada di Twitter di @humas_pemko maupun bisa lewat aplikasi Medan Rumah Kita yang dirilis tahun 2018 kemarin. Aduannya sendiri nantinya ditampung di bagian *Command Center*.

7. Bagaimana peran Humas Pemerintah Kota Medan sebagai fasilitator proses pemecahan masalah terkait penanganan jalan rusak?

Jawaban: ya jadi kita akan tunggu aduan masyarakat tersebut lalu kami berikan kepada Dinas Pekerjaan Umum (PU). Terkait pemecahan masalah jalan rusak ini memang dalam proses perbaikan jalan tersebut bisa memakan waktu cukup lama karena ya bisa kita lihat jalan berlubang di Kota Medan ini masih cukup banyak, ditambah keterbatasan kami untuk terjun secara langsung untuk melihat seluruh

jalan di Kota Medan ini, belum lagi kalau perbaikan jalan ini tentu harus ada rapat anggaran dulu sehingga akan memakan waktu juga. Jadi tidak langsung masyarakat melakukan aduan langsung saat itu juga ada perbaikan jalan. Jadi masyarakat masih harus menunggu. Contohnya jalan di depan kampus kalian dulunya rusak parah itu sampai ada demonstrasi dan masih banyak lagi titik jalan yang rusak, bahkan Medan sempat dijuluki “Kota Seribu Lubang” karena banyaknya jalan yang berlubang waktu itu. Nah dalam proses perbaikan jalannya itu kita akan foto jalan rusak tersebut sebelum dan sesudah diperbaiki. Lalu kita *upload* di media sosial, lewat *website*, media cetak maupun lewat aplikasi supaya masyarakat bisa lihat, jadi proses pembentukan opini masyarakatnya disitu. Kita menjawab keluhan masyarakat tidak hanya menggunakan kata – kata saja tapi langsung menggunakan tindakan.

8. Bagaimana peran Humas Pemerintah Kota Medan sebagai teknisi komunikasi dalam hal ini pembentukan opini publik seperti contohnya pembuatan *press release* dan lain sebagainya?

Jawaban: kalau *press release* kita buat juga. Nantinya *press release* tersebut akan kita publikasikan lewat *website* di www.humas.pemkomedan.go.id. Itu masyarakat dapat membukanya secara bebas. Apapun berita terkait pembangunan yang dilakukan di Kota Medan, termasuk soal jalan rusak itu kita publikasikan disitu. Selain itu kami juga memberikan *press release* tersebut kepada media cetak dalam hal ini koran. Jadi wartawan nantinya akan mengambil *press release* tersebut untuk dipublikasikan di media cetak masing – masing.

Informan/Narasumber Kedua

Jefri Nasution (Operator *Command Center*)

Pertanyaan:

1. Bagaimana proses pengaduan masyarakat terkait jalan rusak di Kota Medan melalui aplikasi Medan Rumah Kita?

Jawaban: Untuk aplikasi Medan Rumah Kita, pastinya harus *download* dulu aplikasinya dari ponsel berbasis Android maupun IOS untuk pengguna Iphone. Selanjutnya kita harus mengisi data diri sesuai identitas yang ada di Kartu Tanda Penduduk (KTP) seperti nama lengkap, alamat rumah, nomor ponsel yang bisa dihubungi, serta Nomor Induk Kependudukan (NIK). Setelah berhasil kita diminta untuk melakukan verifikasi lewat *email* dan setelah verifikasi selesai baru aplikasinya dapat digunakan. Sementara untuk media sosial sendiri, masyarakat dapat melakukan pengaduan lewat Instagram di @humas_pemkomedan, Facebook di Pemko Medan. Setelah aduannya diterima, maka akan diberitahukan kepada Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait di hari yang sama pula. Lalu laporan tersebut akan di disposisi ke atasan OPD terkait, kemudian akan diberikan lagi kepada pihak Humas untuk di publikasi dan dapat dilihat oleh masyarakat apakah laporan mereka telah diterima atau sedang diproses.

2. Apa saja jenis aduan yang terdapat di aplikasi Medan Rumah Kita?

Jawaban: Banyak jenis aduan yang dapat dilaporkan seperti jalan rusak, lampu jalan mati, sampah yang berserak, dan lain sebagainya. Terkait jalan rusak kita akan terima aduan dengan syarat dan ketentuan pelapor harus memberikan foto jalan rusaknya dengan jelas, lalu alamat yang jelas termasuk kecamatan dan kelurahannya. Lalu memberikan informasi selengkap mungkin seperti seberapa parah rusaknya jalan tersebut, dan telah berapa lama jalan tersebut telah rusak. Setelah laporannya diterima, akan langsung diberitahukan kepada OPD terkait dihari yang sama pula. Lalu laporan akan di disposisi ke atasan OPD terkait, dan akan diberikan lagi ke pihak operator untuk di *publish* di aplikasi maupun media sosial Pemerintah Kota Medan agar dapat dilihat oleh masyarakat dan masyarakat dapat melihat maupun mengetahui apakah laporan sudah diterima atau sedang diproses.

3. Bagaimana efektivitas media sosial maupun aplikasi dalam proses pengaduan oleh masyarakat terkait penanganan jalan rusak di Kota Medan?

Jawaban: sejauh ini cukup efektif, namun dikarenakan permasalahan jalan rusak di Kota Medan ini tidak sedikit, ditambah beberapa permasalahan anggaran dan

sebagai macammnya sehingga proses perbaikan sendiri akan memakan waktu lebih lama. Hal ini tentu berbeda dengan masalah lain seperti lampu jalan mati, maupun sampah yang berserakan di jalan yang tentunya akan lebih cepat proses penyelesaiannya.

4. Apakah ada alternatif lain dalam pemecahan masalah jalan rusak di Kota Medan?

Jawaban: kalau soal pemecahan masalah jalan rusak ini kami lebih mengutamakan pengaduan lewat media sosial maupun aplikasi. hal ini dikarenakan pengaduan lewat media sosial maupun aplikasi kami anggap lebih efisien waktu maupun memudahkan masyarakat sendiri. Karena hanya tinggal mengirim foto maupun memberitahukan lewat kolom komentar maupun *direct message* media sosial, masyarakat bisa memberikan laporan apapun. Ditambah lagi laporan lewat media sosial seperti ini dapat digunakan 24 jam.

Informan/Narasumber Ketiga

Nama: Daniel H. Simorangkir (Masyarakat)

Pertanyaan:

1. Bagaimana narasumber bisa mengetahui permasalahan jalan rusak yang ada di Kota Medan?

Jawaban: Kalau soal masalah jalan rusak ini saya tau. Biasanya saya sering buka media sosial Instagram baik itu milik Pemerintah Kota Medan, atau media sosial yang membahas atau sering *posting* informasi terkait Kota Medan. Sebelum perbaikan itu jalan disini (Tapi Nauli) rusak, berlubang gitu, apalagi kalau habis hujan pasti tergenang, kadang kalau hujannya deras bisa banjir jadi bahaya soalnya lubang di jalannya jadi tidak terlihat.

2. Apakah narasumber mengetahui apa itu Humas Pemerintah Kota Medan?

Jawaban: sepengetahuan saya, humas itu seperti pihak yang menjadi jembatan antara masyarakat dan pemerintah. Jadi apapun masalah yang menyangkut pemerintah atau pengaduan ditujukan ke humasnya dulu baru ke atasannya.

3. Bagaimana peran Humas Pemerintah Kota Medan sebagai penasihat ahli terkait pembentukan opini publik tentang penanganan jalan rusak di Kota Medan di era digital?

Jawaban: Kalau saya kurang ngerti sih bang bagaimana kinerja mereka di dalam kantor itu seperti apa.

4. Bagaimana peran Humas Pemerintah Kota Medan sebagai fasilitator ahli terkait pembentukan opini publik tentang penanganan jalan rusak di Kota Medan di era digital?

Jawaban: Untuk masalah jadi fasilitator antara masyarakat dan pemerintah ini menurut saya sejauh ini sudah lumayan. Apalagi mereka mau menerima aduan lewat media sosial gitu. Jadi lebih memudahkan masyarakat juga dalam melakukan pengaduan.

5. Bagaimana peran Humas Pemerintah Kota Medan sebagai fasilitator proses penyelesaian masalah terkait pembentukan opini publik tentang penanganan jalan rusak di era digital?

Jawaban: Kalau dibanding tahun – tahun sebelumnya bisa dibilang sudah ada perbaikan kinerja. Ya itu juga menurut saya karena publikasi yang mereka lakukan. Paling tidak bagi saya yang pernah melakukan pengaduan terkait jalan

rusak ini merasa aduan saya sudah ditanggapi, meskipun belum ada perbaikan tapi saya juga tau kalau perbaikan jalan pasti besar anggarannya. Sementara saya baca – baca di artikel soal pemko ini anggarannya kecil.

6. Bagaimana peran Humas Pemerintah Kota Medan sebagai teknisi komunikasi terkait pembentukan opini publik tentang penanganan jalan rusak di era digital?

Jawaban: Masih agak kurang. Karena mereka seolah hanya menunggu aduan dari masyarakat. Jadi harusnya bisa lebih inisiatif lagi dalam menyelesaikan masalah soal jalan rusak ini khususnya supaya masyarakat bisa lebih puas lagi dengan kinerja mereka.

7. Bagaimana efektivitas penggunaan media sosial dalam penyelesaian masalah terkait jalan rusak di Kota Medan?

Jawaban: Kalau penggunaan media sosial sendiri menurut saya pribadi lebih enak bang. Soalnya kalau lewat media sosial ini kan kita tinggal buka akun pribadi kita terus tinggal buat pengaduan ini. Meskipun respon balasannya selalu sama saya lihat. Contohnya balasan dari akun Humas Pemerintah Kota Medan ini pasti terimakasih atas aduan, akan kami sampaikan ke OPD terkait. Dibanding kalau kita pengaduan langsung datang ke kantor Walikota pasti nunggu orangnya lama, kalau lewat media sosial gini kan lebih hemat waktu juga.

8. Apakah narasumber mengetahui tentang aplikasi Medan Rumah Kita?

Jawaban: Aplikasi itu saya pernah dengar sih bang. Tapi saya pribadi tidak pernah menggunakan aplikasi tersebut karena gak ngerti juga cara menggunakannya soalnya saya sendiri tidak pernah mendapat penyuluhan tentang aplikasi tersebut, jadi cuma hanya tau saja. Saya lebih suka menggunakan media sosial saja karena praktis.

Informan/Narasumber Keempat

Nama: Anggun (Masyarakat)

Pertanyaan:

1. Bagaimana narasumber bisa mengetahui permasalahan jalan rusak yang ada di Kota Medan?

Jawaban: kalau saya karena lumayan sering buka media sosial Instagram, jadi lebih sering lewat situ sih. Kadang saya lihat di Instagram Humas Pemerintah Kota Medan atau dari berita di televisi juga.

2. Apakah narasumber mengetahui apa itu Humas Pemerintah Kota Medan?

Jawaban: setau saya humas itu yang menjembatani antara masyarakat sama pemerintah gitu. Ya seperti humas di perusahaan gitu juga bang. Jadi kalau ada apa – apa lapor ke mereka dulu.

3. Bagaimana peran Humas Pemerintah Kota Medan sebagai penasihat ahli terkait pembentukan opini publik tentang penanganan jalan rusak di Kota Medan di era digital?

Jawaban: Kalau soal itu saya sendiri kurang begitu tau bang, soalnya saya sendiri kan juga bukan orang Kantor Pemerintah Kota Medan.

4. Bagaimana peran Humas Pemerintah Kota Medan sebagai fasilitator ahli terkait pembentukan opini publik tentang penanganan jalan rusak di Kota Medan di era digital?

Jawaban: Kalau menurut saya peran mereka sebagai fasilitator ini bisa dibilang ada peningkatan. Dilihat dari bagaimana mereka merespon aduan dari masyarakat. Meskipun menurut saya sebaiknya Humas ini juga harusnya turun langsung ke masyarakat, bertanya langsung ke mereka apa yang masih kurang atau perlu diperbaiki terkait jalan rusak ini. Karena tidak semua masyarakat tau soal sosial media dan lain sebagainya.

5. Bagaimana peran Humas Pemerintah Kota Medan sebagai fasilitator proses penyelesaian masalah terkait pembentukan opini publik tentang penanganan jalan rusak di era digital?

Jawaban: Ya kalau dilihat beberapa tahun terakhir ini tugas mereka dalam melakukan publikasi soal jalan rusak sudah lumayan baik, mereka juga mau menerima aduan dari masyarakat. Meskipun belum semua jalan di Kota Medan ini diperbaiki tapi dibanding dulu, sudah banyak perbaikan dimana – mana juga. Tapi

menurut saya sebaiknya pemerintah lebih inisiatif dalam menyelesaikan jalan rusak. Jangan tunggu adanya aduan dari masyarakat dulu baru jalannya diperbaiki.

6. Bagaimana peran Humas Pemerintah Kota Medan sebagai teknisi komunikasi terkait pembentukan opini publik tentang penanganan jalan rusak di era digital?

Jawaban: Ya sejauh ini yang bisa saya katakan sudah lebih baik. Meskipun seperti yang saya tadi juga katakan lebih baik lagi kalau Pemerintah Kota Medan ini bisa langsung berinisiatif dalam menyelesaikan permasalahan jalan rusak ini.

7. Bagaimana efektivitas penggunaan media sosial dalam penyelesaian masalah terkait jalan rusak di Kota Medan?

Jawaban: Menurut saya kalau pengaduan lewat media sosial seperti ini jauh lebih efisien. Tinggal buka media sosial terus kirim pesan ke mereka. Dibandingkan kalau kita harus datang langsung kesana pasti lebih susah. Meskipun menurut saya Pemerintah juga harus turun ke masyarakat untuk melihat dan diskusi langsung dengan masyarakat karena tidak semua masyarakat mengetahui soal media sosial ini. Selain itu dengan adanya media sosial ini kita juga bisa melihat apa saja yang sudah dikerjakan oleh Pemerintah Kota Medan.

8. Apakah narasumber mengetahui tentang aplikasi Medan Rumah Kita?

Jawaban: Saya tau Medan Rumah Kita. Tapi saya tidak pernah memakai aplikasi tersebut. Menurut saya lebih gampang pakai media sosial saja selain itu saya sendiri juga malas kalau harus *download* hanya untuk mengadu satu atau dua kali saja.



Unggul, Cerdas & Terpercaya
menjawab surat ini agar disebutkan
tor dan tanggalnya

024.16-311

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

PERMOHONAN-PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Slc-1

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 27 Januari 2020.

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Roi brahmi
N P M : 1603110090
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 136 sks, IP Kumulatif 3,45.

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Mengetahui
1	Pembentukan opini publik tentang penanganan jalan rusak oleh humas pemko medan di era digital	✓ 90/01-2020
2	efektivitas pelayanan jasa transportasi publik terhadap masyarakat di kota medan (studi kasus pada transpor tasi publik trans mebidang)	
3	pembentukan opini mahasiswa unimed tentang ultra polisi sebagai dampak berita tindak kriminal di media massa (studi kasus pada acara ob net tv episode penangkapan pengejar narkoba Internasional di me	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Jurusan :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Pemohon, /

Medan, tgl. 27 Januari 2020.

Ketua,

(...ROI BRAHMI.....)
30/1/2020 PB. RAHMANTA GINTING



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**

Nomor : 024.16.311/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2020

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018 dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **27 Januari 2020** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **ROI BRAHMI**
N P M : 1603110090
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2019/2020
Judul Skripsi : **PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK TENTANG PENANGANAN
JALAN RUSAK OLEH HUMAS PEMKO MEDAN DI ERA DIGITAL**
Pembimbing : RAHMANITA GINTING, S.Sos., M.A., Ph.D.

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 27 Januari 2021.

Ditetapkan di Medan,
Medan, 05 Jumadil Akhir 1441 H
30 Januari 2020 M

Dekan


Dr. ARIFIN SALEH., S.Sos., MSP.

Tembusan :

1. Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.



Enggih, Cerdas et Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan, 12 Februari 2020

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Roi brahmi
N P M : 1603110030
Jurusan : Ilmu komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 024.16/SK/IL.3/UMSU-03/F/20.20.. tanggal 12 Februari 2020 dengan judul sebagai berikut :

Pembentukan Opini Publik Tentang Penanganan Jalan Rusak Oleh Humas Pemerintah kota Medan di Era Digital.

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposol Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 5)

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :

Pembimbing

Rahmanita Gunting, MSc. PhD
(Rahmanita Gunting, MSc. PhD)

Pemohon,

Roi Brahmi
(ROI BRAHMI)

UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 217/KEP/II.3-AU/UMSU-03/IF/2020

Program studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Jumat, 28 Februari 2020
 Waktu : 14.00 WIB s.d. Selesai
 Tempat : Ruang Kuliah Gedung C UMSU
 Pemimpin Seminar : NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom

No.	Nama Mahasiswa Penyaji	Nomor Pokok Mahasiswa	Dosen Penanggap	Dosen Pembimbing	Judul Proposal Skripsi
1	INDAH WAHYUNI	1603110228	TENERMAN, S.Sos. M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	RESPON MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI MEDAN TERHADAP PERATURAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN MENGENAI KAMPUS MERDEKA
2	HENGGI RAHMADINATA	1603110079	ASMAWITA, Hj, AM, MA	RAHMANITA GINTING, M.A, Ph.D	POLA KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI ANTARA ORANGTUA DAN ANAK DALAM MENCEGAH KEKERASAN VERBAL DI KOTA MEDAN
3	FARIL HAIKAL	1603110085	ASMAWITA, Hj, AM, MA	RAHMANITA GINTING, M.A, Ph.D	PERSEPSI IMASYARAKAT KOTA MEDAN TENTANG PENYEBARAN DAN ANTISPASI VIRUS CORONA
4	SUGIARNI SISKAL LESTARI	1603110219	RAHMANITA GINTING, M.A, Ph.D	Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	ANALISIS PRODUKSI PROGRAM WOW VIRAL
5	ROI BRAHMI	1603110090	ASMAWITA, Hj, AM, MA	RAHMANITA GINTING, M.A, Ph.D	PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK TENTANG PENANGANAN JALAN RUSAK OLEH HUMAS PEMKO MEDAN DI ERA DIGITAL

Medan, 02 Rajab 1441 H
26 Februari 2020 M



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Dia menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchter Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : **ROI BRAHMI**
N P M : **1603110090**
Jurusan : **ILMU KOMUNIKASI**
Judul Skripsi : **PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK TENTANG PENANGANAN JALAN RUSAK OLEH HUMAS PEMERINTAH KOTA MEDAN DI ERA DIGITAL**

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	3-4-2020	Revisi Bab II	<i>[Signature]</i>
2	14-4-2020	Metodologi, Informan	<i>[Signature]</i>
3	22-4-2020	Panduan Wawancara	<i>[Signature]</i>
4	24-8-2020	Hasil Penelitian	<i>[Signature]</i>
5	31-8-2020	Tambahan Wawancara Narasumber	<i>[Signature]</i>
6	2-9-2020	Pembahasan Hasil Penelitian	<i>[Signature]</i>
7	5-9-2020	Simpulan dan Saran	<i>[Signature]</i>
8	7-9-2020	ABstrak	<i>[Signature]</i>
9	9-9-2020	Perbaiki Daftar Pustaka	<i>[Signature]</i>
10	12-9-2020	Disetujui untuk Sidang SKRIPSI	<i>[Signature]</i>

Medan, 12 September 2020.

Dekan,

[Signature]
(Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP)

Ketua Jurusan,

[Signature]
(Nurhasanah Nasution, S.Sos.M. Kom)

Pembimbing,

[Signature]
(Rahmanita Ginting PhD)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

SK-10

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 564/UND/II.3-AU/UMSU-03/IF/2020

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Selasa, 27 Oktober 2020
Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIMI PENGUJUI			Judul Skripsi
			PENGUJUI I	PENGUJUI II	PENGUJUI III	
1	ROI BRAHMI	1603110080	Dr. RUDIANTO, M.Si	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M.I.Kom	Hj. RAHMANITA GINTING, S.Sos, M.A., Ph.D	PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK TENTANG PENANGANAN JALAN RUSAK OLEH HUMAS PEIKO MEDAN DI ERA DIGITAL
2	SHANIA VELINA HARAHAP	1603110130	Dr. RUDIANTO, M.Si	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M.I.Kom	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	PROFESIONALISME JURNALIS PEREMPUAN DI MEDIA TELEVISI KOTA MEDAN DALAM PELIPUTAN BERITA
3	RAHMAT HIDAYAT	1503110260	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, M.SP.	Dr. RUDIANTO, M.Si	PENGARUH TERPAAN MEDIA TELEVISI TERHADAP PILIHAN POLITIK MASYARAKAT DALAM PEMILU SERENTAK 2019 (Pada Masyarakat Jalan Terpapar Kelurahan Sei Kambang B Kec. Medan Sunggal Kota Medan)
4	SYAFRISYA FAZHARI	1603110230	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. RUDIANTO, M.Si	PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL PIMPINAN DAN KARYAWAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN INNA PARAPAT HOTEL DAN RESORT
5	DENNY WAHYUDI	1603110094	Hj. RAHMANITA GINTING, S.Sos, M.A., Ph.D	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	STRATEGI KAMPANYE PUBLIC RELATIONS PT. PELINDO I DALAM MENSOSIALISASIKAN BISNIS KEPSELABUHAN

ditulis Sidang :

Medan, 07 Rabul Awwal 1442 H
24 Oktober 2020 M

Ditandatangani oleh :

a.n. **REKTOR**
Wakil Rektor I


Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum



Ketua,

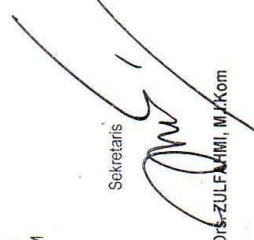
Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Panitia Ujian



Sekretaris

Dr. ZULFATHI, M.Kom





Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Nomor : 248/KET/IL.3-AU/UMSU-03/F/2020
Lampiran : --
Hal : **Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa**

Medan, 15 Rajab 1441 H
10 Maret 2020 M

Kepada Yth : **Kepala Balitbang Kota Medan**
di-

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr. Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan

Untuk memperoleh data penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu (S1), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama mahasiswa : **ROI BRAHMI**
N P M : 1603110090
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2019/2020
Judul Skripsi : **PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK TENTANG PENANGANAN
JALAN RUSAK OLEH HUMAS PEMKO MEDAN DI ERA DIGITAL**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.
Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dekan



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Cc : File.



PEMERINTAH KOTA MEDAN
BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

Jalan Kapten Maulana Lubis Nomor 2 Medan Kode Pos 20112
Telepon. (061) 4555693-Faks. (061) 4555693
E-mail : balitbangmedan@yahoo.co.id. Website : balitbang.pemkomedan.go.id

SURAT REKOMENDASI PENELITIAN

NOMOR : 070/637 /Balitbang/2020

Berdasarkan Surat Keputusan Walikota Medan Nomor : 57 Tahun 2001, Tanggal 13 November 2001 dan Peraturan Walikota Medan Nomor : 55 Tahun 2010, tanggal 24 November 2010 tentang Tugas Pokok dan Fungsi Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan dan setelah membaca / memperhatikan surat Dari : Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor : 248/KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2020 Tanggal : 10 Maret 2020 Hal : Mohon Diberika Ijin Penelitian Mahasiswa.

Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan dengan ini memberikan Surat Rekomendasi penelitian Kepada :

Nama : **Roi Brahmi.**
NIM : 1603110090.
Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi.
Lokasi : Bagian Humas Setda Kota Medan
Judul Penelitian : "Pembentukan Opini Publik ,Tentang Penanganan Jalan Rusak Oleh Humas PEMKO Medan Di Era Digital.
Lamanya : 2 (Dua) bulan.
Penanggung Jawab : Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum melakukan Penelitian terlebih dahulu harus melapor kepada pimpinan Organisasi Perangkat Daerah lokasi Yang ditetapkan.
2. Mematuhi peraturan dan ketentuan yang berlaku di lokasi Penelitian.
3. Tidak dibenarkan melakukan Penelitian atau aktivitas lain di luar lokasi yang telah direkomendasikan.
4. Hasil penelitian diserahkan kepada Kepala Balitbang Kota Medan selambat lambatnya 2 (dua) bulan setelah penelitian Dalam Bentuk Soft Copy .
5. Surat rekomendasi penelitian dinyatakan batal apabila pemegang surat rekomendasi tidak mengindahkan ketentuan atau peraturan yang berlaku pada Pemerintah Kota Medan.
6. Surat rekomendasi penelitian ini berlaku sejak tanggal dikeluarkan.

Demikian Surat ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Medan.
Pada Tanggal : 24 April 2020

An. Kepala Balitbang Kota Medan
Sekretaris,



Tembusan :

1. Walikota Medan (sebagai Laporan).
2. Kabag Humas Setda Kota Medan.
3. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Yang Bersangkutan.
5. Peninggal.

RIWAYAT HIDUP



Nama : Roi Brahmi
Tempat, Tanggal Lahir : Roworejo Kebumen, 5 Februari 1997
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Jalan Bajak V Gg. Rukun 7 No. 52 W
Ayah dan Ibu : Syafrizal dan Admiyati
Jumlah Saudara : 0

PENDIDIKAN FORMAL

Tahun 2016 – : Mahasiswa S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
Tahun 2012 – 2015 : SMA Harapan Mandiri Medan
Tahun 2009 – 2012 : SMP Negeri 2 Medan
Tahun 2003 – 2009 : SDN 060827 Medan