

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
**PROSES PUBLIKASI KEGIATAN PEMERINTAH DAERAH DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA DI INSTAGRAM**

Laporan Praktik Lapangan ini Disusun untuk
Memenuhi Gelar Ahli Madya (A.Md) dalam bidang komunikasi dengan
Spesifikasi Hubungan Masyarakat



OLEH

NAMA : SHINTIA AMBRIANI

NIM : 2016/PR/5152

**PROGRAM STUDI D3-HUBUNGAN MASYARAKAT
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI
YOGYAKARTA
2019**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Yang Maha Kuasa ats rahmat dan ridho-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Proses Publikasi Kegiatan Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta Di Instagram”

Laporan Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi sebagai syarat mencapai Diploma III Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi. Pada penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, tidak terlepas dari bantuan segenap pihak yang telah memberi, bimbingan, petunjuk, semangat, dan dorongan, untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Bapak R.Sumantri Raharjo, M.Si selaku Direktur Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi yang telah membantu selama proses menempuh pendidikan.
2. Ibu Hening Budi Prabawati, M.Si selaku Ketua Program Studi Public Relations Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi yang telah membantu selama proses menempuh pendidikan.
3. Bapak Rofiq Anwar, M.A selaku dosen pembimbing yang telah memberi kesempatan dan waktunya untuk membimbing penulis dari awal hingga selesainya penulisan Laporan Tugas Akhir.
4. Seluruh dosen dan staff Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi yang sudah membantu penulis dalam proses pendidikan selama ini.
5. Kepala Biro Umum, Humas Dan Protokol Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta beserta staff-staff yang telah memberikan izin untuk penulis melaksanakan PKL dan memberi bimbingan selama pelaksanaan PKL.
6. Orang tua penulis, Bapak Amril yang telah memberi semangat, dan doa untuk penulis menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
7. Saudara kandung penulis, Reni Ambrina, S.Pd dan Bripda. Syahdinal Bahqori yang selalu memberi dukungan penuh, semangat, dan doa untuk penulis menyelesaikan Laporan Tugas Akhir.
8. Intan Zubaidah dan Firdausi Utami, Lola, Yayuk, Dirga, moudy yang memberi dukungan, dan menjadi tempat diskusi sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan ini dengan lancar.
9. Keluarga Public Relations angkatan 2016, selalu memberi dukungan, senang bisa mengenal kalian semua, dan berjuang bersama kalian.

10. Keluarga IKPB Cabang Yogyakarta dan Keluarga IKPB Pusat Priode 2018-2020, selalu memberi ruang untuk penulis belajar diluar kampus. Trimakasih
11. Keluarga Asrama Dayang-Dayang Serumpun Sebalai Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, yang selalu mendukung, dan menjadi tempat diskusi selama penulis menyelesaikan Laporan Tugas Akhir. Saya mencintai kalian

Penulis menyadari bahwa penulisan Laporan Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna, dan untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Demikian atas perhatiannya penulis sampaikan terimakasih. Pada akhirnya penulis berharap Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dunia ilmu pengetahuan dalam bidang Public Relations.

Yogyakarta, 8 Agustus 2019

Shintia Ambriani

MOTTO

“Man Jadda Wajada” Barang siapa bersungguh-sungguh pasti akan mendapatkan hasil.

“Allahumma yassir walaa tu’assir” Ya allah, permudahkanlah urusanku permudahkanlah jangan disulitkan

Dimana ada kemauan disitu pasti ada jalan.

Selesaikan apa yang sudah dimulai.

Tidak ada hal yang sulit jika kita mau berusaha dengan kerja keras, kerja cerda dan kerja ikhlas, yang penting ada kemauan dan ada kesungguhan serta gunakan logika serta ilmu pengetahuan sesuai kapasitas kita masing-masing yang telah Allah Ta’ala karuniakan.

Ikhlas & Senyum ☺

PERSEMBAHAN

Dengan rahmat Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, dengan ini Laporan Tugas Akhir Penulis dipersembahkan untuk :

1. Almarhumah ibunda tercinta Sumiati dan ayahanda Amril, terimakasih sudah memberikan kasih sayang dan cinta, doa, tenaga, semangat yang luar biasa, semoga yang apa yang saya persembahkan ini bisa membuat mamak dan bapak bangga.
2. Kakak tertua Reni Ambrina dan Abang Syahdinal Bahqori, terimakasih sudah menyayangi dan menjaga ku, dan terimakasih selalu mendukung dari awal kuliah sampai akhir kuliah, ku persembahkan untuk kalian.
3. Dan aku persembahkan untuk keluarga besar bapak dan mamak, terimakasih sudah memberi semangat dan motivasi.
4. Semua teman-teman ku, terimakasih sudah memberi semangat dan dukungan, sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan tugas akhir dengan lancar.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PERSETUJUAN	II
HALAMAN PENGESAHAN	III
HALAMAN PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK	IV
HALAMAN MOTTO	V
HALAMAN PERSEMBAHAN	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	VII
DAFTAR GAMBAR	X
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR LAMPIRAN	XII
ABSTRAK	XIII
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	1
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan PKL	5
E. Manfaat PKL	5
F. Waktu dan Tempat PKL	6
G. Metode Pengumpulan Data	6
BAB 2 KERANGKA KONSEP	11
A. Penegasan Judul	11
B. Konsep-konsep Yang Digunakan	12
B.1 Komunikasi	12
B.2 Public Relations Dan Cyber Public Relations	14
B.3 Humas Pemerintah	19
B.4 Publisitas Dan Publikasi	21
B.5 Jurnalistik	23
B.6 Media Sosial	27
B.7 Instagram	28

BAB 3 DESKRIPSI ORGANISASI	30
A. Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta	30
A.1 Sejahrah	30
A.2 Visi Dan Misi Pemda DIY	32
A.3 Arti Logo Pemda DIY	36
A.4 Kelembagaan	38
A.5 Tugas Sekretaris Daerah	38
A.6 Fungsi Sekretaris Daerah	38
A.7 Susunan Organisasi	39
A.8 Struktur Organisasi	40
A.9 Biro Umum, Humas, Dan Protokol Pemda DIY	40
A.10 Fungsi Biro Umum, Humas Dan Protokol Pemda DIY	40
A.11 Visi Dan Misi Biro Umum, Humas, Dan Protokol Pemda .. DIY	40
A.12 Struktur Organisasi Biro UHP Pemda DIY	41
B. Bagian Biro Umum, Humas, Dan Protokol Setda DIY	43
B.1 Bagian Administrasi	44
B.2 Bagian Rumah Tannga	44
B.3 Bagian Protokol	45
B.4 Bagian Humas	45
BAB 4 PEMBAHASAN	49
A. Kegiatan PKL	49
B. Deskripsi Tugas	57
C. Pembahasan	60
D. Analisis Penulis	80
BAB 5 PENUTUP	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Pemda DIY	33
Gambar 2 Struktur Organisasi Pemda DIY	40
Gambar 3 Skema Proses Publikasi Di Instagram Pemda DIY	62
Gambar 4 Publikasi Duta Besar Jerman Kunjungan Ke Yogyakarta bertemu Dengan Gubernur DIY	63
Gambar 5 Publikasi Panitia Hari Down Syndrome audiensi dengan Wagub DIY	64
Gambar 6 Publikasi Rapat TP PKK DIY	67
Gambar 7 Publikasi Pengukuhan DP2WD DIY, Barahmus DIY, & Panitia FKY Tahun 2019	69
Gambar 8 Publikasi Peresmian Kawasan Edutainment &	
Wisata Dapur Warna	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Agenda Harian PKL penulis	46
Tabel 2. Tabel waktu pengunggahan di media sosial	77
Tabel 3. Tabel Kegiatan Internal & External Pemda DIY	83

ABSTRAK

Shintia Ambriani 2016/PR/5152. Proses Publikasi Kegiatan Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta Di Instagram. Praktik Kerja Lapangan Program Studi Public Relations, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta. Laporan Pratik Kerja Lapangan (PKL) ini **Proses Publikasi Kegiatan Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta Di Instagram**. Tujuan laporan ini untuk mengetahui bagaimana proses publikasi kegiatan Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta?. Motode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah wawancara, observasi, dan studi pusaka. Proses Publikasi Kegiatan Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta Di Instagram meliputi enam tahapan, yakni (1) agenda, (2) Peliputan/pengumpulan data, (3) penulisan naskah berita, (4) pemilihan dan edit foto/video, (5) unggah ke website, (6) unggah ke instagram. Proses Publikasi kegiatan Pemda DIY yang dilakukan Tim Humas Pemda DIY merupakan wujud pelaksanaan dalam tugas humas dalam memberikan penerangan atau menjembatani dalam menginformasikan tentang apa yang telah diupayakan yang dilakukan oleh suatu instansi/lembaga pemerintahan yang bersangkutan. Publikasi ini dilakukan untuk mewujudkan hubungan yang memuaskan antara pemerintah daerah DIY dengan masyarakat. Melalui media sosial *instagram* Tim Humas Pemda DIY berusaha semaksimal dalam menyampaikn informasi.

Kata kunci : ***Proses, Publikasi, Pemerintah Daerah Daerah Istemewa Yogyakarta, Instagram***

BAB I

PENDAHULUAN

a. JUDUL

Proses Publikasi Kegiatan Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta di Instagram

b. LATAR BELAKANG MASALAH

Informasi merupakan keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna dan pesan, baik data, fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik atau non elektronik. Informasi sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan. Oleh sebab itu, komunikasi menjadi bagian penting dalam rangka pemenuhan kebutuhan informasi bagi manusia.

Hubungan masyarakat berperan penting dalam urusan berkomunikasi untuk menjaga keseimbangan dan reputasi instansi atau organisasi dalam mewujudkan misinya. Adanya bagian hubungan masyarakat ini di harapkan mampu mengatasi berbagai persoalan baik dari masyarakat maupun dari media. Sebagai praktisi humas dalam melaksanakan tugasnya memerlukan suatu alat atau media, untuk mendukung melancarkan penyampaian informasi kepada masyarakat internal maupun masyarakat eksternal instansi atau organisasi.

Era digital menurut McQuail (2011:118) menjadikan komunikasi memasuki babak baru. Teknologi baru yang semakin maju, semakin mudah diakses, aplikasi semakin banyak dan media sosial untuk berkomunikasi juga semakin beragam. Setiap orang dengan akses internet (*komputer, laptop, smartphome, ataupun perangkat sejenisnya*) bisa dengan mudah menggunakannya. *New wave technology*, merupakan sebuah teknologi yang menghubungkan antar individu dan kelompok. *New wave technology* ada pada perangkat informasi yang semakin canggih sehingga memunculkan gelombang revolusi teknologi baru. Kekuatan utama dari *new wave technology* ada pada perangkat informasi baru seperti komputer, handphone, serta akses internet murah. Seperti yang telah diungkapkan diatas, salah satu media yang disebut *new wave technology* ini adalah internet.

Salah satu produk layanan yang lahir dalam perkembangan dunia digital adalah media sosial. Media sosial seakan memperkuat kedudukan internet sebagai *new media communication*, dimana jarak seakan tidak lagi terlihat, informasi dan pesan bisa tersampaikan secara global dalam waktu singkat. Masing-masing media baru, menurut Nurdin (Nurdin, 2012:25) memerlukan beberapa kemampuan dan kecakapan manusia dalam pengelolaannya.

Pada awal kemunculannya, media sosial (Nurudin, 2012: 41) merupakan sebuah layanan jaringan atau situs yang memfasilitasi jaringan sosial yang memiliki ketertarikan atau aktivitas yang sama. Sederhananya, perkembangan media baru dapat ditunjukkan dengan munculnya masyarakat maya (virtual atau *cyber community*), Salah satu dari sekian banyak media sosial adalah *Instagram*, *Instagram* merupakan sebuah aplikasi *Microblogging* yang mempunyai fungsi utama sebagai sarana mengunggah secara foto atau video secara *instan*. Menurut Hootsuite dalam situs andi.link mengenai data tren media sosial 2019 menyatakan bahwa di Indonesia, pengguna media sosial aktif naik 15% sampai 20% dari tahun 2018 atau 150 juta pengguna dan pengguna media sosial mobile naik 8,3% sampai 10% dari tahun 2018 atau 130 juta pengguna. Persentase pengguna internet yang menggunakan setiap platform dan media sosial Instagram 80% urutan keempat setelah Facebook 81%, WhatsApp 83%, dan YouTube 88% di Indonesia.

Awalnya di Indonesia kebanyakan orang menggunakan *Instagram* hanya sebatas untuk mengisi waktu luang, berbagi momen diri, bersosialisasi dengan teman atau keluarga dan mencari teman baru. Kemampuan media sosial sebagai layanan bertukar pesan antar penggunaannya telah mengubah pola-pola interaksi individu dalam berkomunikasi. Kemunculan media baru menurut Nasrullah (Nasrullah, 2015: 1) membuat media tradisional seolah-olah mendapatkan pesaing baru dalam mendistribusikan berita. Jika selama ini institusi media sebagai lembaga yang mendominasi pemberitaan, kehadiran internet dan media sosial memberikan keleluasaan bagi khalayak untuk ikut dalam berkompetisi menyebarkan informasi atau peristiwa yang terjadi disekitar mereka.

Instagram sebagai media sosial berbasis gambar dan video tentu menjadi lahan yang sangat potensial untuk dimanfaatkan sebagai berbagai sarana. Sepanjang tahun 2015 hingga sekarang banyak di temui di *Instagram* akun-akun yang dimanfaatkan sebagai *online shop*, akun dakwah, akun hiburan, dan akun resmi

pemerintahan atau perusahaan,. Tidak hanya itu komunitas demi komunitas di *instagram* pun bermunculan, selain menjadi komoditas tertentu hal ini menjadi *trend* tersendiri dalam masyarakat Indonesia. Fungsi media sosial tidak lepas dari *cyberspace*, Gibson dalam Nasrullah (Nasrullah, 2014: 18) memperkenalkan istilah “*cyberspace*” untuk menjelaskan bahwa ada tempat dimana ia tidak nyata tetapi keberadaannya dapat dirasakan bahkan menjadi kenyataan dalam benak. Hingga sekarang komunitas di *instagram* semakin beragam, mulai dari komunitas pertemanan, komunitas organisasi, komunitas hobi, hingga komunitas berbasis lokasi.

Instagaram kemudian dipandang sebagai media sosial dengan efek yang luar biasa dan menjanjikan. Pemanfaatan media sosial inipun semakin berkembang. Sebagai media hiburan, sebagai media jualan bahkan sebagai media *branding* yang cukup meyakinkan baik untuk tujuan komersil ataupun non komersil. Hal ini akhirnya menjadi perhatian beberapa pemerintah daerah dan kemudian dimanfaatkan untuk menjadi media informasi tentang kegiatan pemerintah daerah mereka.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi, maka pemanfaatan teknologi informasi sangat banyak diterapkan di segala bidang kehidupan, salah satunya yaitu bidang pemerintahan. Secara tradisional, interaksi antara pemerintah dengan masyarakat secara fisik atau tatap muka langsung di kantor-kantor pemerintahan. Adanya media sosial salah satunya *instagram* pemerintahan, menjadikan interaksi antara pemerintah dengan pemerintah atau pemerintah dengan masyarakat menjadi lebih mudah. Media sosial memberikan peluang baru bagi pemerintahan untuk meningkatkan kualitas layanannya serta meningkatkan partisipasi masyarakat khususnya dalam laporan ini terkait dengan partisipasi produksi informasi di Pemda DIY.

Pemerintahan daerah adalah penyelenggara urusan pemerintahan oleh pemerintah daerah dan DPRD menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (Pasal 1 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah). Pemerintah daerah DIY merupakan penyelenggaraan urusan pemerintahan daerah di Daerah Istimewa

Yogyakarta yang memiliki beberapa bidang pelayanan salah satunya Biro Umum Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta.

Humas dalam lingkungan pemerintah sangat berpengaruh dan penting dalam pemerintahan, terutama dalam upaya untuk mewujudkan *good government* dan *good governance*. Humas dalam lingkungan pemerintah baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah berfungsi sebagai pelayan publik, terutama dalam penyebarluasan informasi yang berkaitan dengan pemerintah.

Humas Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta secara struktural dibawah Biro Umum Humas Protokol Sekretariat Daerah DIY, memiliki beberapa fungsi, salah satunya adalah dalam hal penyelenggaraan penerangan, publikasi dan dokumentasi hasil kegiatan pemerintah dan masyarakat. Humas menjadi unsur penting bagi Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta dalam mempublikasikan informasi tentang kegiatan pemerintah dan masyarakat yang dikemas dalam berita melalui *instagram @humasjogja*.

Sesuai dengan Peraturan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta nomor 5 tahun 2008, Humas Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta bertugas untuk menyampaikan informasi yang berkaitan dengan kegiatan dan kebijakan pemerintah daerah. Informasi tersebut berupa berita yang dibuat berdasarkan informasi yang disampaikan pada saat acara atau kegiatan yang diselenggarakan Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta. Berita yang sudah diinformasikan ke *website* juga diinformasikan di media sosial *instagram* Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta.

Revolusi industri 4.0 membuat Pemda DIY juga harus mampu mengikuti perkembangan dan revolusi industri 4.0 ini dimana, munculnya era digitalisasi dan masyarakat dalam mencari atau mengakses informasi melalui internet, salah satunya media sosial *instagram*. Salah satu hal yang dilakukan Pemda DIY yaitu melakukan publikasi melalui media sosial *instagram*, sebagai bentuk layanan informasi dari Pemda DIY kepada masyarakat. Publikasi kegiatan Pemda DIY di media *instagram* sangat bermanfaat untuk meningkatkan pengunjung *website* Pemda DIY sehingga masyarakat bisa membaca informasi lebih lengkap dengan meng *sweep up* link berita yang ada di setiap unggah di *instagram*. Sehingga pengelolaan *beri segi update* (pemberharuan) sangat dibutuhkan. Keterlibatan humas Pemda DIY dan sumber daya yang ada sangat mendukung proses pengelolaan publikasi pada *instagram*

@humasjogja. Informasi kegiatan Pemda DIY berupa berita yang dipublikasikan dalam media Instagram @humasjogja memberikan berbagai informasi yang berguna bagi masyarakat maupun pemerintah daerah itu sendiri.

Masyarakat juga dapat memberikan umpan balik terhadap berita yang dipublikasikan melalui *instagram* tersebut. Respon masyarakat terhadap konten *instagram* khususnya dalam hal publikasi kegiatan, program atau kebijakan Pemda DIY, sekaligus memberi gambaran sederhana bagaimana masyarakat menerima publikasi tersebut. Oleh sebab itu, proses pengelolaan berita mulai dari pembuatan berita sampai dengan publikasi berita dan respon dari masyarakat menjadi bagian yang sangat penting humas Pemda DIY agar pemerintah mengetahui sejauh mana masyarakat memahami konten yang dipublikasikan atau sejauh mana masyarakat menerima atau menolaknya informasi yang dipublikasikan di *instagram*. Penyediaan informasi dan pelayanan dalam media *instagram* meliputi beberapa proses dan melibatkan sumber daya pengelola *instagram* Biro Umum Humas dan Protokol Setda DIY.

c. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan permasalahan tersebut, rumusan masalah yang diajukan dalam laporan tugas akhir ini adalah “ **Bagaimana Proses Publikasi Kegiatan Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta Di Instagram**”

d. TUJUAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

Tujuan Praktek Kerja Lapangan (PKL) adalah :

1. Mempelajari peran humas pemerintah di Pemerintah Daerah DIY
2. Mempelajari proses publikasi program dan kegiatan Pemerintah Daerah DIY melalui media elektronik
3. Mengetahui pentingnya publikasi bagi program dan kegiatan pemerintah di Pemerintah Daerah DIY
4. Mengetahui alasan bagian Humas Pemerintah Daerah DIY memilih media elektronik sebagai sarana publikasi
5. Sebagai syarat meraih gelar Diploma III, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.

e. MANFAAT PRAKTEK KERJA LAPANGAN

1. Manfaat Bagi Mahasiswa :

- a. Manfaat kegiatan PKL bagi mahasiswa adalah untuk mendapatkan ilmu atau pengalaman di dunia kerja pemerintahan.
- b. Menciptakan kemampuan penerapan ilmu yang berkaitan dengan konsep public relations sehingga dapat mengimplementasikan berbagai teori yang diperoleh di dunia perkuliahan ke dunia realitas pekerjaan para profesional.
- c. Mahasiswa dapat mengetahui mengenai gambaran umum pekerjaan didalam sebuah instansi pemerintahan.
- d. Mahasiswa dapat belajar dan menambah kemampuan dalam publikasi

2. Manfaat bagi Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya bidang Humas :

- a. Menjadi sarana penghubung antara Humas Pemda DIY dengan lembaga Pendidikan.
- b. Mendapatkan bantuan sumber daya manusia dalam membantu dalam pekerjaan humas Pemda DIY khususnya dibidang proses publikasi.
- c. Kerjasama tim untuk menemukan ide, dan inovasi bersama dengan mahasiswa.

f. WAKTU dan TEMPAT PKL

Prakti Kerja Lapangan dilaksanakan pada :

1. Tempat

Biro Umum Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta

Alamat : Jl. Malioboro No.52-54 Yogyakarta

Telepon : (0274) 562811

Emali : birouhp@jogjaprovo.go.id

2. Waktu

Tanggal : 11 Februari – 1 Mei 2019

Hari : Senin – Jum'at

Waktu : Senin – Kamis : Pukul 07.30 – 16.00 WIB

Hari Jum'at : Pukul 07.30 – 14.30 WIB

g. METODE PENGUMPULAN DATA

1. Jenis Data :

a. Data primer

Data yang didapatkan secara langsung melalui wawancara dengan narasumber di kantor bagian Humas , Biro Umum, Humas, dan Protokol Pemda DIY yang berkaitan dengan laporan.

b. Data Sekunder

Data yang didapatkan penulis dengan mengutip sumber-sumber sekunder seperti laporan, dokumen, buku yang diberi oleh kantor bagian Humas, Biro Umum, Humas, dan Protokol Pemda DIY.

2. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis selama PKL di Biro Umum Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta adalah sebagai berikut :

a. Observasi

Menurut Kriyantono (Kriyantono dalam Ardianto, 2010: 179 – 180) tidak semua observasi bisa disebut sebagai suatu metode penelitian karena metode pengumpulan data melalui observasi memerlukan syarat – syarat tertentu agar bermanfaat bagi kegiatan pengumpulan data.

Metode observasi dilakukan melalui pengamatan, pencatatan, dan keikutsertaan selama PKL, secara langsung dalam aktivitas Biro Umum Humas dan Protokol

Sekretariat daerah Daerah Istimewa Yogyakarta dalam melakukan pengelolaan informasi di humas Pemda DIY.

b. Wawancara

Menurut Kriyantono (Kriyantono dalam Ardianto, 2010: 178 – 179), wawancara mendalam (*intensive/ depth interview*) adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang – ulang) secara intensif. Biasanya wawancara mendalam menjadi alat utama pada penelitian kualitatif yang dikombinasikan dengan observasi partisipasi. Pada wawancara mendalam ini, pewawancara relatif tidak mempunyai *control* atas respons informan. Artinya, informan bebas memberikan jawaban – jawaban yang lengkap, mendalam, bila perlu, tidak ada yang disembunyikan. Caranya dengan mengusahakan wawancara berlangsung informal seperti sedang mengobrol. Wawancara mendalam mempunyai karakteristik yang unik, diantaranya:

- a. Digunakan untuk subjek yang sedikit atau bahkan satu orang saja.
- b. Menyediakan latar belakang secara perinci (*detailed back-ground*) mengenai alasan informan memberikan jawaban tertentu. Dari wawancara ini terelaborasi beberapa elemen dalam jawaban, yaitu opini, nilai – nilai (*values*), motivasi, pengalaman – pengalaman, maupun perasaan informan.
- c. Peneliti tidak hanya memerhatikan jawaban verbal informan, tapi juga respon – respon non verbal.
- d. Dilakukan dalam waktu yang lama dan berkali – kali. Sebuah wawancara mendalam bisa menghabiskan waktu berjam – jam.
- e. Memungkinkan memberikan pertanyaan yang berbeda atas informan yang satu dengan yang lain.
- f. Sangat dipengaruhi iklim wawancara. Semakin kondusif iklim wawancara (keakraban) antara peneliti (pewawancara) dan informan, wawancara dapat berlangsung terus.

Wawancara dilakukan untuk melengkapi data penulisan laporan tugas akhir. Wawancara dilakukan secara langsung terhadap pengelola Instagram @humasjogja. Adapun wawancara dilakukan dengan beberapa karyawan yang ada di bagian Humas Pemerintah Daerah DIY yaitu :

- a. Nama : Ade Aulia Ramadhan
Jabatan : Staff humas bagian Fotografer & Pengelola Media Sosial Humas Pemda DIY

- b. Nama : Vinia R Primawati
Jabatan : Staff Humas Bagian Reporter & Pengelola Media Sosial

- c. Nama : Dewi Puspitasari
Jabatan : Staff humas bagian Videografer

c. Dokumentasi

Nasution (Nasution dalam Ardianto, 2010: 183 – 184) mengemukakan, pengumpulan data penelitian kualitatif terdiri dari: data lapangan, metode naturalistik, manusia sebagai alat penelitian, observasi, wawancara, dokumen dan foto. Penulis menggunakan dokumen sebagai metode pengumpulan data. Dokumen merupakan data penelitian naturalistik diperoleh dari sumber bukan manusia diantaranya dokumen dan bahan statistik. Dokumen terdiri atas tulisan pribadi, seperti buku harian, surat – surat dan dokumen resmi. Keuntungan bahan tulisan ini antara lain bahan itu sudah ada, sudah tersedia dan siap pakai. Menggunakan bahan ini tidak meminta biaya, hanya memerlukan waktu untuk mempelajarinya. Dokumen resmi banyak terkumpul di tiap kantor atau lembaga. Diantaranya ada yang mudah diperoleh dan terbuka bagi umum untuk dibaca, akan tetapi ada pula yang bersifat intern, bahkan ada yang sangat dirahasiakan demi kepentingan dan keamanan perusahaan, lembaga atau negara.

d. Studi Pustaka

Nazir (Nazir, 2011: 111) mengemukakan bahwa studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku – buku, literatur – literatur, catatan dan laporan yang ada hubungannya

Metode studi pustaka dilakukan dengan pengumpulan data melalui sumber-sumber tertulis. Penulis menggunakan buku sebagai referensi dalam penyusunan laporan dan dokumen lain dari Biro Umum Humas dan Protokol Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta.

BAB II

KERANGKA KONSEP

A. PENEGASAN JUDUL

Penulisan laporan PKL ini, penulis akan membahas tentang yang melatarbelakangi dan mendukung dalam penulisan laporan tugas akhir penulis. Judul laporan tugas akhir yang diangkat yakni “ Proses Publikasi Kegiatan Pemerintah Daerah DIY di Instagram”. Seorang praktisi *public relations* dalam hal ini melaksanakan perannya yang berkaitan dengan publikasi melalui media instagram.

Seorang praktisi *public relations* bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengarkan apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Salah satu peran humas adalah mempublikasikan kegiatan instansi atau perusahaan untuk memberikan informasi kepada publik dalam hal ini bagian yang diambil adalah lembaga pemerintahan Biro Umum Humas dan Protokol Pemerintah Daerah DIY dalam menyebarkan informasi ke publik melalui media sosial instagram.

Humas dalam lingkungan pemerintah sangat berpengaruh dan penting dalam pemerintahan, terutama dalam rangka upaya untuk mewujudkan *good government* dan *good governance*. Humas dalam lingkungan pemerintah baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah berfungsi sebagai pelayan publik, terutama dalam penyebarluasan informasi yang berkaitan dengan pemerintah.

Sesuai dengan adanya kebijakan pemerintah mengenai *E-Government* yaitu untuk menjembatani informasi yang ada di pemerintahan kepada masyarakat dalam memperbaiki pelayanan publik. Salah satu bentuk kebijakan yang diterapkan oleh Biro Umum Humas dan Protokol Pemerintah Daerah DIY yaitu dengan adanya media sosial instagram Pemda DIY. Sebagai bentuk upaya penyampaian informasi atau pun kegiatan yang dilakukan oleh pemda DIY kepada masyarakat. Maka humas

Pemda DIY dituntut untuk mampu membuat mempublikasikan dalam setiap kegiatan dan program atau kebijakan yang dilakukan Pemda DIY.

B. KONSEP-KONSEP YANG DIGUNAKAN

1. Komunikasi

a. Definisi dan Tujuan Komunikasi

secara etimologi istilah komunikasi berasal dari kata latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama yang dimaksud adalah sama makna atau sama arti. Jadi komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan (Effendy, 2003: 30). Komunikasi merupakan suatu proses sosial yang sangat mendasar dan vital dalam kehidupan manusia. Dikatakan mendasarkan karena setiap masyarakat manusia, baik yang primitif maupun yang modern, berkeinginan mempertahankan suatu persetujuan mengenai berbagai antara sosial melalui komunikasi. Dikatakan vital karena setiap individu memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan individu-individu lainnya, sehingga meningkatkan kesempatan individu itu untuk tetap hidup (Rakhmat, 1998:1).

Menurut Effendy (2003: 52-56), tujuan komunikasi adalah mengubah sikap (*to change the attitude*), mengubah opini (*to change opinion*), mengubah perilaku (*to change the behaviour*), dan mengubah masyarakat (*to change society*). De vito sebagaimana dikutip oleh Cangara (2005:29) membagi komunikasi atas empat macam, yakni komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok kecil, komunikasi publik, dan komunikasi massa.

1) Proses Komunikasi Perspektif Psikologis

Proses komunikasi pespektif ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan ketika seorang komunikator berminat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka dalam dirinya terjadi suatu proses. Pesan komunikasi terdiri dari dua aspek yakni isi

pesan dan lambang. Isi pesan umumnya adalah pikiran, sedangkan lambang adalah bahasa yang dilakukan komunikator itu dalam bahasa komunikasi dinamakan *encoding*. Hasil *encoding* berupa pesan kemudian ia transmisikan atau kirimkan kepada komunikan. Apabila komunikan mengerti isi pesan atau pikiran komunikator, maka komunikasi pun tidak terjadi (Effendy, 2003: 32)

2) Proses komunikasi dalam perspektif Mekanistik

Proses ini berlangsung ketika komunikator pesan lukisannya sampai ditangkap oleh komunikan itu dapat dilakukan dengan indera telinga atau penglihat, atau indera-indera lainnya komunikasi dalam perspektif ini kompleks atau rumit, sebab bersifat situasional, bergantung pada situasi ketika komunikasi itu berlangsung (Effendy, 2003: 30)

Untuk lebih jelasnya proses komunikasi dalam perspektif mekanistik dapat diklasifikasi menjadi dua :

1) Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan mempergunakan suatu lambang atau simbol sebagai media. Lambang ini umumnya bahasa, tetapi dalam situasi-situasi komunikasi tertentu lambang-lambang yang dipergunakan dapat berupa kial (*gesture*), yakni gerakan anggota tubuh, gambar, warna dan lain sebagainya. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi ini mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan.

2) Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau saran sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu. Proses komunikasi secara sekunder menggunakan media yang dapat

diklarifikasikan sebagai media massa (massmedia) dan media nirmassa atau media non massa. Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikasi yang dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau banyak jumlah kedua-duanya, jauh dan banyak. Jika komunikasi jauh, dipergunakan surat ataupun telepon; jika banyak dipakailah perangkat penguat suara: apabila jauh dan banyak; dipergunakan surat kabar, radio atau televisi.

3) Proses komunikasi linear

Istilah linear mengandung makna lurus, jadi proses linear berarti perjalanan dari satu titik ke titik lain secara lurus. Dalam konteks komunikasi, proses linear adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Komunikasi linear ini berlangsung baik dalam situasi komunikasi bertatap muka (*face to face communication*) maupun dalam situasi komunikasi bermedia (*mediated communication*). Proses komunikasi secara linear umumnya berlangsung pada komunikasi bermedia, kecuali komunikasi melalui telepon. Komunikasi melalui telepon hampir tidak pernah berlangsung secara linear, melainkan dialogisnya, tanya jawab dalam bentuk percakapan.

4) Proses komunikasi secara sirkular

Sirkular secara harfiah berarti bulat, bundar atau kelilingan sebagai lawan dari perkataan linear tadi yang bermakna lurus. Dalam konteks komunikasi yang dimaksudkan dengan proses secara sirkular itu adalah terjadinya *feedback* atau umpan balik, yaitu terjadinya arus dari komunikan kepada komunikator. Oleh karena itu ada kalanya *feedback* tersebut mengalir dari komunikan kepada komunikator itu adalah tanggapan komunikan terhadap pesan yang akan dia terima dari komunikator. Konsep umpan balik ini dalam proses komunikasi amat penting karena dengan terjadinya umpan balik komunikator mengetahui apakah komunikasinya itu berhasil atau gagal, nilai positif ia patut gembira, sebaliknya jika negatif menjadi permasalahan, sehingga ia harus mengulang lagi dengan perbaikan gaya sehingga ia harus mengulang lagi dengan perbaikan

gaya komunikasinya lagi sampai menimbulkan umpan balik positif

2. Public Relations & Cayber Public Relations

2.1 Definisi Public Relations

Public Relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. PR sebagai sebuah fungsi manajemen yang berarti bahwa manajemen disemua organisasi harus memperhatikan PR serta pembentukan dan pemeliharaan hubungan baik yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publik sebagai basis moral dan etis dari profesi PR. (Cutlip, Center, Broom 2006:6).

Frank Jefkins (1992), menyatakan bahwa PR adalah “Sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan yang spesifik berlandaskan pada saling pengertian”. Menurutnya, PR pada intinya senantiasa berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui informasi dan membagi pengetahuan. Melalui kegiatan tersebut diharapkan akan muncul suatu dampak perubahan yang positif.

Berdasarkan ringkasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa PR merupakan fungsi manajemen, yang menciptakan dan memelihara komunikasi, pengertian, dukungan dan kerja sama antara suatu perusahaan atau instansi dengan publiknya sehingga tercipta situasi saling memperoleh manfaat. (Rudy Harjanto, 2009:96).

2.2 Tugas Public Relations

Tugas dari Publik Relations adalah sebagai perantara informasi dari sebuah instansi dengan reaksi dan tanggapan publik sehingga mencapai suasana yang akrab, saling mengerti, dan timbul suasana yang menyenangkan dalam berinteraksi antara instansi dengan publiknya. Penyesuaian yang menciptakan hubungan yang memberi dan menerima hal-hal yang bisa menggantungkan kedua belah pihak.

2.3 Peran Public Relations

Peran seorang Public Relations sangat dibutuhkan dalam sebuah instansi atau perusahaan. *Public Relations* merupakan jembatan antara sebuah instansi/perusahaan dengan publik atau antara Instansi dengan karyawan agar tercapai saling pengertian antara kedua belah pihak.

Hal tersebut relevan dengan teori dari buku Cutlip, Center, and Broom (2006:46-48) tentang peran dari praktisi *Public Relations*, yaitu :

1) Penasehat ahli (*Expert prescriber*)

Seorang praktisi pakar public relations yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (*public relationship*).

2) Fasilitator komunikasi (*Communication fasilitator*)

Seorang praktisi public relations bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengarkan apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Dipihak lain, dia juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbul balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

3) Fasilitator proses pemecah masalah (*Problem solving process fasilitator*)

Seorang praktisi public relations dalam proses pemecahan persoalan public relations ini merupakan bagaimana dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat (*adviser*) hingga mengambil tindakan eksekusi (*keputusan*) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional.

4) Teknisi komunikasi (*communication technician*)

Berbeda dengan tiga peran praktisi public relations profesional sebelumnya yang terkait erat dengan fungsi dan peranan

manajemen organisasi. Peran teknisi komunikasi ini menjadikan praktisi public relations sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *methode of communication in organization*.

2.4 Fungsi Public Relations

Public relations sebagai fungsi komunikasi, perlu dipahami bahwa kegiatan utama public relations adalah melakukan komunikasi. Sebagai staff khususnya dalam membantu organisasi berkomunikasi dengan publiknya. Onong (1998:36) mengemukakan bahwa fungsi *Public Relations* meliputi hal-hal sebagai berikut :

- a) Menunjang kegiatan manajemen dalam 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 antara organisasi dengan publik, baik internal maupun eksternal.

Jadi, jelaslah bahwa *public relations* bukan sekedar fungsi teknis tetapi merupakan fungsi manajerial yang bertanggungjawab atas terselenggaranya suatu hubungan yang signifikan antara organisasi dengan publiknya. Agar selalu mempunyai hubungan harmonis dengan berbagai publiknya melalui kegiatan komunikasi.

Maka dari itu untuk dapat menciptakan pendapat publik yang menguntungkan terhadap perusahaan/organisasi, public relations harus mampu menjalankan fungsinya dengan baik. Secara singkat fungsi public relations adalah membina hubungan baik dan harmonis dengan publik melalui komunikasi dua arah sehingga terjadi masalah maka mampu menyelesaikan masalah-masalah perusahaan/organisasi.

Cyber Public Relations

2. 6 Definisi Cyber Public Realitions

Seiring dengan perkembangan zaman mendorong teknologi komunikasi terus berkembang pesat. Banyak media yang telah digunakan untuk mendukung penyampaian pesan. Mulai dari teknologi telepon seluler atau yang kita kenal dengan istilah handphone hingga media cyber atau internet. Sedangkan media konvensional seperti surat kabar, radio dan televisi juga semakin berkembang. Meskipun media modern seperti media *cyber* hadir dengan gencarnya, tapi media konvensional ini masih banyak digunakan dan efektif untuk menjangkau dari berbagai kalangan. Hal ini dikarenakan masing-masing media memiliki kelebihan dan karakteristik yang berbeda. Media *cyber* atau media internet sebagai media baru atau *new* media sangat diminati oleh masyarakat.

Media cyber disebut pula sebagai media kontemporer yang bersifat online atau lebih populer dengan sebutan cyber PR, yaitu pelaksanaan kegiatan PR dengan menggunakan fasilitas jaringan internet. Internet dimanfaatkan karena dapat menjangkau masyarakat luas dan di seluruh dunia, sehingga dengan adanya teknologi internet, dunia menjadi lebih sempit dan ini adalah kesempatan yang bagus untuk memudahkan PR bekerja.

Gambaran mengenai perkembangan teknologi komunikasi yang begitu pesat secara tidak langsung menuntut seorang *Public Relations* untuk segera beradaptasi dan dimanfaatkan sehingga memudahkan aktivitasnya. Efisiensi waktu sangatlah dibutuhkan oleh seorang PR, untuk itulah teknologi membantu PR dalam mengatasi masalah tersebut. Implementasi teknologi komunikasi menyebabkan perubahan yang lebih baik dalam keaktualan seorang PR dalam menyebarkan informasi. Teknologi yang kerap digunakan seorang PR adalah internet. Internet merupakan alat komunikasi yang murah dan dapat diakses dimanapun dan kapanpun. Kemampuan internet yang dapat diakses dimanapun, memudahkan PR dalam berbagai aktivitas

dalam perusahaan yang dikemas oleh PR dan dapat disebarakan melalui internet.

Menurut Onggo, (2004:2-7) Cyber Public Relations adalah kegiatan PR yang menggunakan internet sebagai media komunikasi. Media internet dimanfaatkan oleh PR untuk membangun merek atau *brand* dan memelihara kepercayaan publik. Adapun kelebihanannya dinilai komunikasinya konstan, karena internet bekerja selama 24 jam selama 7 hari dengan potensi target publik seluruh dunia. Selain itu, respon yang cepat sehingga tidak perlu membutuhkan waktu lama untuk mendapatkan jawaban atau balasan dari informasi yang disampaikan.

Seorang PR tidak hanya menjadi juru bicara bagi perusahaannya, namun kini PR juga harus dapat membangun dan menjaga hubungan baik dengan khalayak perusahaan, yang memberikan kontribusi positif bagi perusahaan atau instansi. Seiring berkembangnya teknologi komunikasi, seorang PR juga harus dapat memanfaatkan teknologi yang ada masa kini untuk memudahkan pekerjaan yang menuntut seorang PR siaga 24 jam. Peranan teknologi komunikasi bagi seorang PR tentulah sangat besar. Salah satu tugas PR adalah sebagai pusat penyebaran informasi, dengan memanfaatkan perkembangan teknologi maka akan dengan mudah bagi seorang PR untuk menciptakan komunikasi yang efektif dan hal tersebut tentu saja akan memberikan keuntungan bagi perusahaan atau instansi.

Salah satu keuntungan dari kehadiran teknologi komunikasi untuk kegiatan PR, yakni kemudahan PR mendapatkan umpan balik atau *feedback* dari stakeholdernya. Teknologi komunikasi membuat jarak dan waktu tidak mengenal batasan. Dengan adanya teknologi komunikasi seperti media sosial, seorang PR dapat mencari dan mengetahui opini publik, apa yang diinginkan dan apa yang dikeluhkan publik mengenai perusahaan atau instansi tersebut.

3. Humas Pemerintah

3.1. Pengertian Humas Pemerintah

Humas pemerintah atau *government public relations* adalah fungsi manajemen yang sah, yang ,membuat menjadikan badan, departemen, dan entitas publik lainnya tanggap terhadap warga dan semua ini tercipta untuk mereka. Jadi dalam batasan ini tegas dinyatakan bahwa humas pemerintah merupakan fungsi manajemen yang tugasnya membantu organisasi di lingkungannya untuk tanggap terhadap warga secara timbal balik. Artinya humas pemerintah juga bertugas untuk menerima masukan dari warganya. Dari batasan humas pemerintah tersebut, ditegaskan bahwa humas pemerintah adalah fungsi manajemen yang membantu organisasi merumuskan tujuan organisasi serta membantu organisasi beradaptasi dengan tuntutan konstituen dan lingkungan. Dengan demikian, humas pemerintah juga sebagai mata dan telinga organisasi, bagaimana mengelola tuntutan konstituen dan kemudian memberikan masukan kepada organisasi.

3.2. Fungsi Humas Pemerintah

Fungsi humas pemerintah secara umum adalah sebagai juru bicara lembaga, fasilitator, memberikan pelayanan informasi kepada publik, menindaklanjuti pengaduan publik, menyediakan informasi tentang kebijakan, program, produk dan jasa lembaga, menciptakan iklim hubungan internal dan eksternal yang kondusif dan dinamis, serta menjadi penghubung lembaga dengan publik. Secara khusus fungsi humas pemerintah terbagi menjadi dua;

- 1) Information relase, maksudnya adalah bahwa humas pemerintah harus selalu mengomunikasikan setiap langkah, tindakan, program dan kebijakan kepada semua lapisan masyarakat agar dipahami. Apabila pemahaman setiap langkah, tindakan, program dan kebijakan bisa dicapai maka masyarakat akan ikut mendukung

dan melaksanakannya. Untuk itu, humas pemerintah sudah seharusnya lebih terbuka dan berperan sebagai jembatan antara lembaga dengan masyarakat.

2) *information seeking*, artinya humas pemerintah juga sebagai mata dan telinga lembaga. Dalam istilah yang lebih ekstrem, daun jatuh di lingkungannya pun humas pemerintah harus tahu. Jadi betul-betul dituntut kepekaannya. Oleh sebab itu, humas pemerintah harus dapat mendengar aspirasi masyarakat sebagai masukan dan pertimbangan dalam membuat kebijakan, sehingga setiap kebijakan yang diambil tidak mendapatkan resistensi dari masyarakat. Banyak kasus sebuah kebijakan pemerintah tidak dapat berjalan karena tidak memperhatikan aspirasi masyarakat. Bahkan ada juga sebuah kebijakan yang ditolak sehingga harus dibatalkan.

3.3. Tugas humas pemerintah

1) Memberikan penertarikan dan pendidikan kepada masyarakat tentang kebijakan, langkah-langkah, dan tindakan-tindakan pemerintah, serta memberikan pelayanan kepada masyarakat berupa informasi yang diperlukan secara terbuka, jujur dan objektif.

2) Memberikan bantuan kepada media berita (*news media*) berupa bahan-bahan informasi mengenai kebijakan dan langkah-langkah serta tindakan pemerintah, termasuk fasilitas peliputan kepada media berita untuk acara-acara resmi yang penting. Pemerintah merupakan sumber informasi yang penting bagi media, karena itu sikap ketebukaan informasi sangat diperlukan.

3) Mempromosikan kemajuan pembangunan ekonomi dan kebudayaan yang telah dicapai oleh bangsa kepada khalayak di dalam negeri, maupun khalayak di luar negeri.

4) Monitor pendapat umum tentang kebijakan pemerintah, selanjutnya menyampaikan tanggapan masyarakat dalam bentuk

feedback kepada pimpinan instansi-instansi pemerintahan yang bersangkutan sebagai input.

4. Publisitas Dan Publikasi

4.1 Definisi Publisitas

Publisitas adalah penempatan berupa, tulisan, foto, atau tayangan visual yang sarat nilai berita baik karena luar biasa, penting atau mengandung unsur-unsur emosional, kemanusiaan, dan humor secara gratis dan bertujuan untuk memusatkan perhatian terhadap suatu tempat, orang, atau suatu institusi yang biasanya yang biasanya dilakukan melalui penerbitan umum.

Menurut Lawrence & Dennis L. Wilcox, juga menyatakan publisitas sebagai informasi yang tidak perlu membayar ruang-ruang, namun disaat yang sama tidak dapat dikontrol oleh individu/ perusahaan yang memberikan, sebagai akibatnya informasi dapat mengakibatkan terbentunya dan mempengaruhi orang banyak dan dapat berakibat aksi dimana aksi ini dapat menguntungkan atau merugikan saat informasi dipublikasikan.

(Jefkin Yadin, 2005:19) mendefinisikan publisitas sebagai dampak dari sebuah informasi. Oleh karena itu citra tidak selamanya memunculkan kenyataan atas suatu hal, hal itu juga terjadi karena tidak semua orang mendapatkan informasi yang benar dan akurat, tidak memihak, lengkap dan tepat.

4.2 Definisi Publikasi

Publikasi berasal dari bahasa latin *Publicatio*, dan publisitas juga berasal dari bahasa latin yakni publisitas. Yang hampir sama artinya, yakni pengumuman atau upaya membuat jadi umum. Publikasi adalah kegiatan mengenalkan perusahaan/institusi sehingga umum (publik dan masyarakat) dapat mengenalnya. (Cutlip, Center, Broom, 2006:12)

Mempublikasikan adalah membuat konten yang diperuntukkan bagi publik atau umum. Sementara penggunaan yang lebih spesifik dapat bervariasi di masing-masing negara, biasanya diterapkan untuk teks, gambar, atau konten audio visual lainnya di media apapun, termasuk kertas (surat

kabar, majalah, katalog, dll) atau bentuk penerbitan, dan juga mengacu pada setiap salinan.

Publikasi berbeda dengan publisitas, perbedaanya terletak pada media yang digunakan. Dan disimpulkan perbedaan antara publisitas dan publikasi sebagai berikut :

- Publisitas : publikasi yang menggunakan media massa sebagai sarana penyebarluasan informasi.
- Publikasi : publikasi lebih luas dan publikasi adalah kegiatan aktivitas publisitas.

Sebagaimana proses publikasi merupakan bagian dari proses besar jurnalistik, maka tahap-tahap publikasi juga mengadopsi dari tahap-tahapan jurnalistik.

5. Jurnalistik

5.1 Definisi Jurnalistik

Pengertian jurnalistik secara terminologis (istilah) atau definisi jurnalistik sangat banyak.

Menurut Muis dalam *Jurnalistik Hukum Komunikasi Massa* (Jakarta: PT. Dharu Annutama:1999), cukup banyak definisi tentang jurnalistik, namun secara umum definisi tersebut memiliki kesamaan, yaitu memasukkan unsur media massa, penulisan berita, dan waktu yang tidak tertentu (aktualitas).

Menurut Edwin Emery dalam *Introduction to Mass Communication* (New York: Harper & Row, 1976), jurnalistik selalu harus ada unsur kesegaran waktu (*timeliness* atau aktualitas).

Oleh sebab itu jurnalis memiliki dua fungsi utama, yaitu untuk melaporkan berita dan untuk membuat interpretasi serta memberikan pendapat berdasarkan berita yang dilaporkannya.

Menurut Onong U Effendi: jurnalistik merupakan sebuah teknik dalam mengelola berita, mulai dari mendapatkan bahan (berita) hingga menyebarkannya kepada masyarakat secara luas.

Sebagai konteks dalam dunia Public Relations, jurnalistik menjadi salah satu bidang atau keahlian yang harus dikuasai seorang PR. Kemampuan dalam bidang jurnalistik tidak dapat dipungkiri menjadi modal seseorang untuk menjadi PR yang handal. Dengan perkembangan zaman, kegiatan jurnalistik adalah kegiatan mengumpulkan, menyiapkan, menuliskan, dan menyebarkan informasi melalui media massa. Sedangkan jurnalis adalah pekerjaan mengumpulkan, menulis, mengedit, dan menerbitkan berita.

Seorang Public Relations adalah ujung tombak sebuah perusahaan dimana citra organisasi menjadi tanggung jawab seorang PR. Oleh karena itu, Public Relations berhubungan langsung dengan media massa. Public Relations juga dituntut agar dapat menulis press release yang benar karena press release yang memuat berita dari organisasi akan menjadi konsumsi publik maka dari itu Public Relations memerlukan kemampuan jurnalistik yang baik.

Kecakapan yang dituntut dari jurnalis pada era digital juga berubah. Lebih berat pada zaman kejayaan media cetak, antara lain yaitu:

1. Jurnalis media daring harus mampu menggunakan berbagai alat multimedia untuk mendukung penyampaian cerita.
2. Secara umum, penulisan teks media daring lebih ringkas daripada media cetak, tetapi lebih panjang daripada radio dan televisi. Disinilah menulis secara lebih efisien menjadi lebih penting. Semakin lama, bahasa media daring menjadi semakin informal, tetapi tetap baik dan efisien.
3. Jurnalis harus bekerja cepat, meskipun kecepatan bukan segalanya, bergantung dengan target khalayak dan kebijakan tiap redaksi. Kecepatan bukanlah satu-satunya keunggulan media daring. Seperti halnya media cetak, ada beragam jenis dan segmentasi bagi media daring.

5.2 Menulis Berita

Pada dasarnya, sebagian besar produk tulisan Public Relations (PR) adalah produk berita. *Press-release* adalah berita, isi *newsletter* adalah berita atau isi *company profile* adalah berita. Karena itu, produk tulisan PR harus mengandung “berita” bagi publik. Berita adalah segala sesuatu

yang hangat, faktual serta menarik perhatian sejumlah orang. Lord Northcliffe mengatakan berita adalah sesuatu yang tidak biasa (*news is anything out of ordinary*), Walkley menyebut sebagai berita sebagai tulisan yang digabungkan dengan unsur kejutan (*combined with the element of surprise*). Berita harus menarik.

Public Relations adalah sumber berita bagi publik, khususnya media massa. Segala tulisan yang dikirim PR ke media harus bernilai berita. Karena itu wawasan PR dalam memahami teknik-teknik jurnalistik (membuat berita) mutlak diperlukan. Adapun karakteristik berita yang sebaiknya dibuat praktisi Public Relations adalah :

a) Berita itu objektif

Objektivitas berita adalah ukuran baik tidaknya sebuah berita sesuai kaidah-kaidah jurnalistik. Objektivitas berita mencakup dua hal, yaitu :

a. *Faktualitas*, berita harus berdasarkan fakta bukan karangan atau opini wartawan. Ciri-ciri sebuah berita yang faktual adalah :

- Berita mengandung kebenaran (*truth*). Fakta dalam berita harus dapat dikonfirmasi ulang atau dicek dengan sumber berita. Bila berita mengandung kebenaran maka bisa disebut akurat. Akurat juga mengandung arti bahwa berita harus cermat dan tepat.
- Tidak mencampuradukan antara fakta dengan opini pribadi wartawan. Fakta adalah hasil pengamatan dan wawancara wartawan. Sedangkan opini adalah pendapat yang berisi nilai-nilai pribadi wartawan.
- Berita harus lengkap (*completeness*), artinya dibangun atas unsur-unsur berita yang lengkap, yaitu 5W+1H (*what, who, when, where, why, how*).
- Berita harus relevan (*relevance*) dengan kondisi saat berita itu disebarkan, artinya si pembuat berita harus mempertimbangkan dampak berita bagi publik.
- Berita harus informatif (*informativeness*), artinya mampu memberikan informasi yang jelas dan lengkap mengenai peristiwa yang diberitakan.

b. *Imparsialitas*, berita mesti tidak berpihak pada golongan tertentu dan tidak sepotong-potong dalam memberitakan peristiwa.

b) Narasumber Kredibel

Berita yang baik adalah berita yang menampilkan narasumber atau sumber berita yang terjamin kapabilitasnya dalam memberikan kesaksian atau informasi tentang peristiwa yang diberitakanya. Narasumber yang dipilih haruslah yang memiliki keahlian dibidangnya, keterkaitannya dengan peristiwa dan bisa dipercaya.

c) Berita Harus Bernilai (memiliki news-values/newsworthy)

Agar menarik minat khalayak untuk membacanya, berita harus mengandung nilai berita (news values). Bagi seorang PR, nilai berita ini penting sewaktu membuat press release yang dikirim ke media. Semakin media menganggap berita yang disampaikan melalui press release itu menarik (mempunyai nilai jual) maka semakin besar untuk dapat dimuat.

Profesor Linda Morton dari Univesity of Oklahoma's Herbert School of Journalism menyarankan lima topik yang layak diberitakan pada sebuah rilis berita:

- a. Pengaruh, pengumuman penting yang mempengaruhi suatu organisasi, komunitasya, atau bahkan masyarakat.
- b. Fenomena, sebuah kejadian atau peringatan yang tidak biasa, seperti pelanggan ke-stu-juta yang bergabung dengan suatu organisasi.
- c. Konflik, sebuah perselisihan atau kontrversi besar, seperti protes pekerja atau penolakan sebuah yang populer.
- d. Prinsip yang diketahui, semakin tinggi gelar individu yang membuat pengumuman – presiden versus wakil presiden – semakin besar kemungkinan terbit rilis tersebut.
- e. Kedekatan, seberapa lokalkah kita rilis tersebut atau seberapa tepat waktunyakah rilis tersebut, sehubungan dengan berita hari itu.

Terlepas dari keharusan untuk layak diberitakan, rilis berita harus menyertakan beberapa inti yang dapat membantu rilis tersebut dipertimbangkan untuk dicetak.

1. Rasional

Harus ada alasan pengiriman rilis yang jelas. Pokok dari rilis harus relevan terhadap pembaca atau pemeriksa dari media yang ditargetkan

2. Fokus

Masing-masing rilis harus hanya membicarakan satu subjek inti. Kurangnya fokus – mendiskusikan banyak hal berbeda akan membuat rilis tidak diterbitkan

3. Tidak melebih-lebihkan

Memprafasakan komentator Fox News Bill O'Reilly, rilis haruslah merupakan "zona bebas hiperbola". Dengan segala cara, hindari kata kunci dan istilah tabu yang dituliskan di dalam kotak di Luar Garis Berikutnya.

4. Kutipan bermakna

Sertakan kutipan, tetapi pastikan kutipan tersebut bermakna. Ini akan menambah nilai cerita dengan memberikan proyeksi penting yang akan membantu rilis berita dalam konteks korporat.

5. Deskripsi perusahaan

Banyak wartawan yang mungkin tidak familier dengan suatu organisasi dan bisnis yang mereka lakukan. Oleh karena itu, sebuah deskripsi singkat mengenai organisasi, umumnya disebut sebagai *boilerplate*, sangat penting untuk disertakan di dalam sebuah rilis. Boilerplate terbaik harus menyertakan posisi pasar, cakupan aktivitas bisnis, jangkauan geografis, tujuan, ukuran, dan bahkan budaya perusahaan.

6. Ejaan, tata bahasa, tanda baca

Dalam penulisan rilis pun sudah pasti penting dalam pemilihan kata dan tanda baca, agar rilis mudah dipahami dan formal dalam penulisannya.

7. MEDIA SOSIAL

Defini Media Soisal

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagai, dan menciptakan, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Media sosial mempunyai ciri-ciri, yaitu sebagai berikut :

- Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang.
- Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu *Gatekeeper*
- Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya
- Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi

Media sosial merupakan alat promosi/publikasi yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh publikasi bagi banyak perusahaan/ instansi dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menciptakan citra positif (Nurdin, 2012 : 49-50).

6. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang untuk Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan Polaroid (Nurudin, 2012 : 82).

Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi mobile berbasis iOS, Android dan Windows Phone dimana pengguna dapat membidik, meng-*edit* dan mem-*posting* foto atau video ke halaman utama Instagram dan jejaring sosial lainnya (Nurdin, 2012 : 83). Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di *feed* pengguna lain yang menjadi *follower*. Sistem pertemanan di Instagram menggunakan istilah *following* dan *follower*, *following* berarti kita mengikuti pengguna lain, sedangkan *follower* berarti pengguna lain yang mengikuti kita. Setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon suka terhadap foto yang dibagikan. Instagram awalnya dikembangkan oleh *startup* bernama Burbn, Inc yang dimiliki oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Enaknya Instagram adalah tampilan antarmukanya yang sangat sederhana dan mudah dimengerti. Sehingga orang awam pun akan mudah menelusuri tiap menu. Kesederhanaan dan tampilan cantik ini adalah salah satu

resep sukses instagram. Aplikasi ini hanya punya lima menu utama yang semuanya terletak di bagian bawah yaitu : *Home Page, Populer, Take Photo, News Feed* dan *Profile* (Bambang, 2012:28).

Instagram disukai karena kemudahan dan keceptannya dalam berbagi foto ditambah beberapa filter bergaya retro yang menarik. Instagram memberikan cara baru berkomunikasi di jejaringan sosial melalui foto (Bambang, 2012:16).

Dalam hal ini, instagram bersifat *real time*. Hampir setiap detik terus ribuan bahkan jutaan foto disebarakan. Instagram dapat diakses setiap waktu, bisa setiap waktu sesuai kehendak pengguna akun. Mengembangkan sebuah jaringan yang tidak terbatas, dapat menyebarkan ide dan gagasan, sebagai sarana aktualisasi diri. Berbeda dengan situs jejaring sosial lainnya, instagram memiliki kekuatan sebagai berikut (Bambang, 2012:28) :

- a) *Take photo* dan *video* atau Posting adalah tools untuk mengambil gambar atau video dari galeri *handphone* kita maupun langsung.
- b) *Comment* adalah memberikan tanggapan atas kiriman kita atau kita memberikan tanggapan atas kiriman orang lain.
- c) *Caption, caption* berfungsi layaknya deskripsi.
- d) *Hastag* adalah sebuah lebel (tag) berupa suatu kata yang diberikan awalan symbol bertanda pagar (#) yang berfungsi untuk mengelompokan foto dalam satu label. Agar mudah dicari dan ditemukan.
- e) *Tag* adalah mencantumkan atau menandai teman atau akun lain dalam sebuah posting atau kiriman.
- f) *Mention* adalah fitur yang memungkinkan untuk memanggil pengguna lain untuk saling menyapa atau memanggil
- g) *Collection* adalah fitur yang memungkinkan untuk menandai sekaligus menyimpan foto dari akun lain, sehingga memungkinkan kita dengan mudah mengakses foto tersebut kembali.
- h) *Instagram stories* adalah sebuah fitur yang memungkinkan penngguna mengirim foto atau video yang akan menghilang setelah 24 jam.

- i) *Stories Highlight* adalah menunjukkan beberapa *insta story* menjadi satu cuplikan, *stories highilgt* yang telah dibuat akan bisa bertahan lebih dari 24 jam.

BAB III

DESKRIPSI ORGANISASI

A. Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta

1. Sejarah

Daerah Istimewa Yogyakarta keberadaannya dalam konteks historis dimulai dari sejarah berdirinya Kasultanan Ngayogyakarta Hadiningrat berdasarkan Perjanjian Giyanti 1755. Berawal dari sini muncul suatu sistem pemerintahan yang teratur dan kemudian berkembang, hingga akhirnya sebagai Daerah Istimewa Yogyakarta yang merupakan suatu bagian dari Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Kasultanan Ngayogyakarta Hadiningrat didirikan pada tahun 1755 oleh Pangeran Mangkubumi yang bergelar Sultan Hamengku Buwono I, sedangkan Kadipaten Pakualaman didirikan pada tahun 1813 oleh Pangeran Notokusumo (saudara Sultan Hamengku Buwono II) yang bergelar Adipati Paku Alam I.

Sejak berdirinya, baik Kasultanan maupun Kadipaten adalah pemerintahan kerajaan yang diakui kedaulatannya. Pada masa kolonial Belanda, pemerintahan di Kasultanan Yogyakarta diatur kontrak politik yang dilakukan pada tahun 1877, 1921, dan 1940, antara Sultan dengan Pemerintah Kolonial Belanda. Hal ini menunjukkan bahwa Keraton tidak

tunduk begitu saja kepada Belanda. Pemerintah Hindia Belanda mengakui Kasultanan Ngayogyakarta Hadiningrat dan Kadipaten Pakualaman sebagai kerajaan yang berhak mengatur dan mengurus rumah tangga pemerintahannya sendiri yang dikenal dengan istilah *zifbesturende landschappen*. Kontrak politik terakhir Kasultanan Ngayogyakarta tercantum dalam *Staatsblaad* 1941 Nomor 47, sedangkan kontrak politik Kadipaten Pakualaman dalam *Staatsblaad* 1941 Nomor 577.

Pada masa pendudukan Jepang, Yogyakarta diakui sebagai Daerah Istimewa atau *Kooti* dengan *Koo* sebagai kepalanya, yakni Sri Sultan Hamengku Buwono IX. Di bawah *Kooti*, secara struktural ada wilayah-wilayah pemerintahan tertentu dengan para pejabatnya.

Setelah Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia (RI), Sri Sultan Hamengku Buwono IX dan Sri Paku Alam VIII menyatakan kepada Presiden RI bahwa Daerah Kasultanan Ngayogyakarta Hadiningrat dan Daerah Kadipaten Pakualaman menjadi wilayah Negara RI, bergabung menjadi satu kesatuan yang dinyatakan sebagai Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Sri Sultan Hamengku Buwono IX dan Sri Paku Alam VIII sebagai Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah bertanggung jawab langsung kepada Presiden RI. Hal tersebut dinyatakan dalam:

1. Piagam Kedudukan Sri Sultan Hamengku Buwono IX dan Sri Paku Alam VIII tertanggal 19 Agustus 1945 dari Presiden RI;
2. Amanat Sri Sultan Hamengku Buwono IX dan Sri Paku Alam VIII tertanggal 5 September 1945 (dibuat secara terpisah);
3. Amanat Sri Sultan Hamengku Buwono IX dan Sri Paku Alam VIII tertanggal 30 Oktober 1945 (dibuat dalam satu naskah).

Keunikan pengalaman Yogyakarta merupakan salah satu fakta yang menjadikannya sebagai daerah istimewa. Dalam proses perkembangan pemerintahannya, Yogyakarta berproses dari tipe pemerintahan feodal dan tradisional menjadi suatu pemerintahan dengan struktur modern.

Dalam perkembangan dan dinamika negara bangsa terdapat keterkaitan yang erat antara Republik Indonesia dan DIY. Entitas DIY mempunyai aspek politis-yuridis berkaitan dengan sejarah berdirinya yang

merupakan wujud pengintegrasian diri dari sebuah kerajaan ke dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan respons atas eksistensi DIY dan juga merupakan pengakuan kewenangan untuk menangani berbagai urusan dalam menjalankan pemerintahan serta urusan yang bersifat khusus. Undang-Undang ini telah diubah dan ditambah, terakhir kali dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1955 (Lembaran Negara Tahun 1959 Nomor 71, Tambahan Lembaran Negara Nomor 1819) yang sampai saat ini masih berlaku. Dalam Undang-Undang tersebut dinyatakan bahwa DIY merupakan daerah setingkat provinsi dan meliputi bekas Daerah Kasultanan Ngayogyakarta Hadiningrat dan Daerah Kadipaten Pakualaman. Pada setiap Undang-Undang yang mengatur Pemerintahan Daerah, dinyatakan keistimewaan DIY tetap diakui.

Dalam rangka perubahan dan penyesuaian serta penegasan Keistimewaan DIY Pemerintah telah menetapkan Undang-Undang Nomor 13/2012 Tentang Keistimewaan DIY yang disahkan 31 Agustus 2012 dan diundangkan pada tanggal 3 September 2012.

Pengaturan Keistimewaan DIY bertujuan untuk mewujudkan tata pemerintahan yang baik dan demokratis, ketentraman dan kesejahteraan masyarakat, menjamin ke-bhineka-tunggal-ika-an, dan melembagakan peran dan tanggung jawab Kasultanan dan Kadipaten dalam menjaga dan mengembangkan budaya Yogyakarta yang merupakan warisan budaya bangsa. Pengaturan tersebut berlandaskan atas pengakuan atas hak asal-usul, kerakyatan, demokrasi, kebhineka-tunggal-ika-an efektivitas pemerintahan, kepentingan nasional dan pendayagunaan kearifan lokal. Oleh karenanya dengan memperhatikan aspek historis, sosiologis, dan yuridis substansi Keistimewaan DIY diletakkan pada tingkatan pemerintah provinsi.

Kewenangan dalam urusan Keistimewaan seperti yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2012 Pasal 7 ayat 2 meliputi : tata cara pengisian jabatan, kedudukan, tugas dan wewenang Gubernur dan Wakil Gubernur; kelembagaan Pemerintah Daerah DIY; kebudayaan; pertanahan;

dan tata ruang. Dengan demikian, Pemerintah Daerah mempunyai kewenangan yang meliputi kewenangan urusan Keistimewaan berdasarkan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2012 dan kewenangan berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah. Sesuai dengan UU No 32 tahun 2004, maka posisi DIY sebagai daerah yang setara dengan provinsi mengandung arti bahwa Gubernur merupakan Kepala Daerah Otonom dan sekaligus wakil pemerintah pusat di daerah.

2. Visi dan Misi Pemerintah Daerah Dearah Istimewa Yogyakarta

Visi Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta

Betitik tolak dari dasra filosofi *Hamemayu Hayuning Bawana*, sebagai citi-cita luhur untuk mewujudkan tata nilai kehidupan masyarakat Yogyakarta yang berdasarkan nilai budaya, maka visi pembangunan Daerah Istimewa Yogyakarta yang ingin dicapai selama lima tahun mendatang adalah **“Terwujudnya Peningkatan Kemuliaan Martabat Manusia Jogja”**.

- a. Yogyakarta akan bertindak secara aktif mengisi kesepakatan-kesepakatan yang telah dibuat oleh Pemerintah Indonesia dalam Kerangka Perjanjian IORA (*Indian Ocean Rim Association*), untuk mengembangkan Wilayah Yogyakarta Bagian Selatan semata-mata untuk meningkatkan harkat dan martabat manusia Jogja secara keseluruhan, baik yang tinggal di Wilayah Selatan maupun yang tinggal di Wilayah lain di seluruh Yogyakarta. Peningkatan harkat dan martabat manusia Jogja mencakup pengertian peningkatan kualitas hidup masyarakat yang berkeadilan sosial dan beradab.
- b. Semangat "Perjumpaan" dan "Silang Ekonomi" akan diletakkan sebagai strategi kebudayaan untuk mengatasi kesenjangan dan kemiskinan yang masih menggelayut di Wilayah Yogyakarta secara keseluruhan, dalam kerangka meningkatkan harkat dan martabat manusia Jogja, melalui langkah-langkah perjumpaan dan saling silang: antara pelaku ekonomi kuat dengan pelaku ekonomi lemah, antara pelaku ekonomi perkotaan dengan pelaku ekonomi perdesaan, antara pelaku ekonomi modern dengan pelaku ekonomi tradisional, antara pelaku ekonomi bermodal besar dengan pelaku ekonomi bermodal kecil, dan antara pelaku ekonomi internasional dengan pelaku ekonomi lokal. Pendek kata, melalui "Strategi

Perjumpaan dan Saling Silang", maka dalam Lima Tahun ke depan, pembangunan ekonomi di Wilayah Yogyakarta diarahkan untuk tidak saja meningkatkan pertumbuhan ekonomi tetapi juga harus mampu meningkatkan pendapatan masyarakat, terutama masyarakat berpenghasilan rendah dan masyarakat yang kurang beruntung.

- c. Semangat "Perjumpaan" dan "Silang Keruangan Wilayah" akan diletakkan sebagai strategi untuk memajukan wilayah-wilayah pinggiran melalui silang infrastruktur wilayah, sehingga interkoneksi antara permukiman-permukiman terpencil dengan pusat-pusat pelayanan masyarakat akan terbangun secara baik, termasuk "silang kerjasama infrastruktur" dengan wilayah-wilayah kabupaten tetangga terutama untuk wilayah-wilayah tersulit karena faktor topografi.
- d. Semangat "Perjumpaan" dan "Silang Birokrasi" akan diletakkan sebagai strategi untuk menciptakan program-program besar yang memiliki kapasitas dan dampak besar bagi perubahan-perubahan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat, sehingga ke depan, harus dikurangi terciptanya banyak program-program kecil berbiaya besar, untuk kemudian digantikan dengan program-program besar berdampak besar melalui program-program berbasis "Silang SKPD". Dengan perkataan lain, ke depan program-program "Silang SKPD" yang berbasis "Tema-tema Besar" akan didorong prioritasnya dibanding dengan program-program kecil berbasis SKPD tunggal.
- e. Semangat "Perjumpaan" dan "Silang Birokrasi" akan diletakkan sebagai strategi untuk menciptakan tata kelola pemerintahan yang demokratis, baik melalui "strategi silang vertikal (keterbukaan di internal SKPD), "strategi silang horisontal" (keterbukaan antar SKPD), dan "strategi silang heterarki" (gabungan keterbukaan vertikal dan horisontal antar SKPD).
- f. Semangat "Perjumpaan" dan "Silang Kelembagaan" akan diletakkan sebagai strategi untuk meningkatkan kualitas SDM aparatur sipil negara, melalui "silang belajar" ke lembaga-lembaga lain baik di dalam maupun di luar Lembaga Pemerintahan DIY, termasuk lembaga pendidikan tinggi, lembaga swadaya masyarakat, lembaga perekonomian swasta, serta belajar dari pengalaman-pengalaman daerah dan negara lain, dalam

rangka menciptakan "Trilogi SDM-DIY" atau "E2-K" yakni: ETOS, ETIKA, dan KUALITAS. Etos, dalam konteks Trilogi SDM-DIY menyanggah pesan perubahan persepsi (mind set) dari tugas birokrasi sebagai pekerjaan kantoran, menjadi tugas birokrasi sebagai "karya peradaban", yang menyanggah arti bahwa semua karya pelayanan birokrasi adalah "karya peradaban", karena tanpa kontribusi karya pelayanan birokrasi peradaban di DIY tentu tidak akan berkembang menjadi peradaban seperti yang dapat kita saksikan hari ini. Etika, dalam konteks Trilogi SDM-DIY menyanggah pesan "kemuliaan" dalam pengertian bersatunya "pikiran mulia, niat mulia, dan tindakan mulia", dalam rangka menciptakan SDM yang "berintegritas" yang menjunjung tinggi budaya malu dan budaya merasa bersalah apabila melakukan penyimpangan-penyimpangan. Kualitas, dalam konteks Trilogi SDM-DIY menyanggah pesan adanya pergeseran mind set, bahwa karya birokrasi bukanlah dipersepsi hanya sebagai "karya proyek berbasis kinerja penyerapan anggaran", melainkan menuju pada pembentukan "sikap" bahwa karya birokrasi DIY adalah "karya yang dapat menjadi rujukan" bagi birokrasi-birokrasi dan lembaga-lembaga lain di tempat lain (nasional maupun internasional). Ketika karya tersebut menjadi "rujukan", maka karya tersebut merupakan karya yang berkualitas, yang merupakan hasil dari karya yang "diniati" untuk menjadi "karya berkualitas tinggi". Untuk itu, membangun birokrasi dengan "Ruh budaya karya berkualitas tinggi" akan menjadi penting bagi Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Lima Tahun ke depan. Ketiga aspek "Trilogi SDM-DIY", merupakan satu kesatuan yang utuh.

- g. Semangat "Perjumpaan" dan "Silang Budaya" akan diletakkan sebagai strategi untuk meningkatkan harmoni kehidupan bersama masyarakat Yogyakarta, melalui program-program saling silang perjumpaan antara:
- (i) budaya Jawa dengan budaya-budaya etnik lain yang ada di Yogyakarta,
 - (ii) antara budaya Jawa dengan budaya antar bangsa termasuk dengan budaya-budaya bangsa yang tergabung dalam IORA (Yogyakarta berpotensi sebagai "Hub" atau pusat budaya IORA),
 - (iii) silaturahmi budaya antar kelompok agama yang ada di Yogyakarta dan Indonesia,
 - (iv)

program silang belajar antar sekolah pada kelas-kelas awal sekolah menengah pertama dan sekolah menengah atas untuk "saling kenal sekolah" sehingga mata rantai tradisi dan sejarah pertikaian atau tawuran antar sekolah tertentu dapat diputus.

Misi Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta

Untuk mewujudkan visi tersebut ditempuh melalui lima misi sebagai berikut :

- a. Terwujudnya peningkatan kualitas hidup - kehidupan - penghidupan masyarakat yang berkeadilan dan berkeadaban, melalui peningkatan kemampuan dan peningkatan ketrampilan sumberdaya manusia Jogja yang berdaya saing.
- b. Terwujudnya peningkatan kualitas dan keragaman kegiatan ekonomi masyarakat, serta penguatan ekonomi yang berbasis pada sumberdaya lokal (keunikan teritori ekonomi) untuk pertumbuhan pendapatan masyarakat sekaligus pertumbuhan ekonomi yang berkeadilan.
- c. Terwujudnya peningkatan harmoni kehidupan bersama baik pada lingkup masyarakat maupun pada lingkup birokrasi atas dasar toleransi, tenggang rasa, kesantunan, dan kebersamaan.
- d. Terwujudnya tata dan perilaku penyelenggaraan pemerintahan yang demokratis, dan,
- e. Terwujudnya perilaku bermartabat dari para aparatur sipil penyelenggara pemerintahan atas dasar tegaknya nilai-nilai integritas yang menjunjung tinggi kejujuran, nurani rasa malu, nurani rasa bersalah dan berdosa apabila melakukan penyimpangan-penyimpangan yang berupa korupsi, kolusi, dan nepotisme.

3. Arti Lambang Pemerintah Daerah Dearah Istimewa Yogyakarta



Sumber : pemerintah daerah DIY

Lambang Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta mengandung makna sebagai berikut :

- a. Landasan Idiil Pancasila dilukiskan dalam gambar bintang emas persegi lima (Ke-Tuhanan Yang Maha Esa), tugu (saka guru) dan sayap menggambarkan (Kemanusiaan Yang Adil dan Beradab), bulatan (lingkaran) berwarna merah dikelilingi lingkaran berwarna putih (Persatuan Indonesia), ompak dengan tataan bunga teratai (kerakyatan yang Dipimpin oleh Hikmat Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan/Perwakilan), padi dan kapas (Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia).
- b. Undang - Undang Dasar 1945 dilukiskan dalam gambar bunga kapas berjumlah 17 kuntum, daun kapas berjumlah 8 dan padi sewuli yang berisi 45 butir.
- c. Tata kehidupan gotong royong dilukiskan dalam gambar bulatan yang dalam bahasa Jawa disebut "golong" dan tugu berbentuk silinder yang dalam bahasa Jawa disebut "gilig", sehingga perpaduan dua gambar itu melambangkan semangat yang "golong-gilig".
- d. Nilai-nilai keagamaan pendidikan dan kebudayaan dilukiskan dalam gambar bintang emas persegi lima, bunga melati yang mencapai bintang dengan daun kelopak 3 helai.
- e. Semangat perjuangan dan kepahlawanan dilukiskan dalam gambar warna merah dan putih dengan gambar tugu tegak lurus, berarti dengan jiwa yang teguh berjuang dengan gagah berani mencapai tujuan yang suci.

- f. Semangat pembangunan dilukiskan dalam gambar tataan miring pada soko guru, tataan spesifik Yogyakarta, yang berarti menghias, membangun diidentikkan dengan menghias memperlengkapi dengan alat-alat yang tak dimiliki sebelumnya.
- g. Sejarah terbentuknya Daerah Istimewa Yogyakarta dilukiskan dengan sayap mengembang berbulu 9 helai di bagian luar dan 8 helai di bagian dalam, menggambarkan peranan Sri Sultan Hamengku Buwono IX dan Sri Paduka Paku Alam VIII, yang pada tanggal 5 September 1945 mengeluarkan amanatnya untuk menggabungkan daerah Kasultanan Yogyakarta dan Kadipaten Pakualaman menjadi Daerah Istimewa Yogyakarta.
- h. Keadaan alam dilukiskan dalam gambar warna-warna hijau tua dan hijau muda dan lukisan bentuk stiler bunga teratai, untuk menggambarkan kesuburan alam (hijau) dan kesuburan jiwa (bunga teratai).
- i. Candrasengkala “ Rasa Suka Ngesti Pradja” tahun 1786, Surjasengkala "Yogyakarta Trus Mandiri" tahun 1945, sehingga bila dirangkaikan seluruhnya berbunyi "Rasa Suka Ngesti Pradja Yogyakarta Trus Mandiri" yang berarti “ Dengan Rasa Gembira Membangun Daerah Istimewa Yogyakarta Yang Baik Dan Selamat Trus Berdiri Tegar”.
- j. Persatuan dan kesatuan Indonesia yang kokoh kuat dilukiskan dalam gambar lingkaran/bulatan dan tugu yang tegak lurus, menggambarkan falsafah hidup yang selalu golong gilig.
- k. Masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945, dilukiskan dalam gambar padi sewuli dengan 45 butir padi (pangan) dan kapas yang berbunga 17 kuntum dan berdasar 8 helai, angka-angka mana menggambarkan angka 17 Agustus 1945 yaitu tanggal proklamasi dari Negara Kesatuan Republik Indonesia yang ber-Undang-Undang Dasar 1945.

4. Kelembagaan

Berdasarkan Peraturan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta nomor 5 tahun 2008 pasal 1 menyatakan bahwa :

- a. Sekertariat Daerah merupakan unsur staf yang membantu Gubernur dalam menyusun kebijakan dan mengkoordinasikan dinas daerah dan lembaga teknis daerah dalam rangka penyelenggaraan pemerintah daerah.
- b. Sekertariat Daerah dipimpin oleh Sekertaris Daerah yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Gubernur.

- c. Sekertaris Daerah sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) diangkat dan diberhentikan oleh Presiden atau usul Gubernur dari pegawai negeri sipil yang memenuhi syarat.

5. Tugas Sekertaris Daerah

Sekretariat Daerah mempunyai tugas menyusun kebijakan pemerintah daerah, mengkoordinasikan pelaksanaan tugas dinas daerah dan lembaga teknis daerah, memantau dan mengevaluasi pelaksanaan kebijakan pemerintah daerah, serta melaksanakan pembinaan administrasi dan aparatur pemerintah daerah.

6. Fungsi Sekertaris Daerah

Melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam pasal 4 Sekertaris Daerah mempunyai fungsi :

- a. Perumusan program lingkup Sekretariat Daerah.
- b. Perumusan kebijakan penyelenggaraan pemerintah daerah.
- c. Pengkoordinasian pelaksanaan tugas dinas daerah dan lembaga teknis daerah.
- d. Pemantauan dan pengevaluasian pelaksanaan kebijakan penyelenggaraan pemerintah daerah.
- e. Penyelenggaraan pembinaan administrasi pemerintahan dan aparatur pemerintah daerah.
- f. Pengelolaan sarana dan prasarana Pemerintah Daerah.
- g. Pengelolaan, ketatausahaan, kerumahtanggaan, dan keuangan Sekretariat Daerah,
- h. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Gubernur sesuai dengan fungsi dan tugasnya.

7. Susunan Organisasi

Unsur Organisasi Sekretariat Daerah terdiri dari :

- 1. Pimpinan : Sekertaris Daerah
- 2. Pembantu Pimpinan : Asisten Sekertaris Daerah
- 3. Pelaksana : Biro-biro yang terdiri dari bagian-bagian dan bagian-bagian yang terdiri dari subbagian-subbagian.
- 4. Kelompok Jabatan Fungsional

Adapun Biro Umum, Humas dan Protokol merupakan unsur Pelaksana dibawah Asisten Administrasi Umum, yang terdiri dari :

- a. Bagian Administrasi, terdiri dari :
 - 1) Subbagian Tata Persuratan dan Arsip;
 - 2) Subbagian Tata Usaha Biro; dan
 - 3) Subbagian Keuangan.
- b. Bagian Pelayanan, terdiri dari :
 - 1) Subbagian Rumah Tangga dan Sarana Prasarana;
 - 2) Subbagian Kendaraan; dan
- c. Bagian Protokol, terdiri dari:
 - 1) Subbagian Upacara;
 - 2) Subbagian Tamu; dan
 - 3) Subbagian Tata Usaha Pimpinan.
- d. Bagian Hubungan Masyarakat
 - 4) Subbagian Publikasi, Media Massa dan Dokumentasi; dan
 - 5) Subbagian Penyiapan Informasi Kebijakan Pemerintah Daerah
- e. Kelompok Jabatan Fungsional

8. Struktur Organisasi

Susunan organisasi Sekretariat Daerah, terdiri dari :

1. Asisten Pemerintahan dan Kesejahteraan Rakyat, terdiri dari :
 - a. Biro Tata Pemerintahan
 - b. Biro Hukum
 - c. Biro Administrasi Kesejahteraan Rakyat dan Kemasyarakatan
2. Asisten Perekonomian dan Pembangunan, terdiri dari :
 - a. Biro Administrasi Perekonomian dan Sumber Daya Alam
 - b. Biro Administrasi Pembangunan
3. Asisten Administrasi Umum, terdiri dari :
 - a. Biro Organisasi
 - b. Biro Umum, Humas dan Protokol

9. Biro Umum, Humas dan Protokol

Sesuai dengan Peraturan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 5 tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Daerah dan Sekretariat Dewan

Perwakilan Rakyat Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta paragraf 2 pasal 15 menyatakan bahwa Biro Umum, Humas dan Protokol mempunyai tugas menyiapkan bahan perumusan kebijakan dan mengkoordinasi pengelolaan administrasi perkantoran, tata usaha pimpinan, rumah tangga, kendaraan, sandi dan telekomunikasi, keprotokolan dan kehumasan.

10. Fungsi Biro Umum, Humas dan Protokol Setda DIY

Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam pasal 15, Biro Umum, Hubungan Masyarakat dan Protokol mempunyai fungsi :

- 1) Penyusunan Program Kerja
- 2) Penyiapan bahan kebijakan di bidang administrasi perkantoran, tata usaha pimpinan, rumah tangga, kendaraan, kehumasan serta keprotokolan;
- 3) pelaksanaan pemantauan dan evaluasi pelaksanaan kebijakan bidang administrasi perkantoran;
- 4) penyiapan bahan koordinasi di bidang administrasi perkantoran, tata usaha pimpinan, rumah tangga, kendaraan, kehumasan serta keprotokolan;
- 5) pelaksanaan pemantauan dan evaluasi pelaksanaan kebijakan bidang administrasi perkantoran;
- 6) pelaksanaan pemantauan dan evaluasi pelaksanaan kebijakan bidang administrasi perkantoran;
- 7) penyelenggaraan pelayanan keprotokolan dan tamu Pemerintah Daerah, penyelenggaraan pelayanan kehumasan Pemerintah Daerah;
- 8) penyelenggaraan rumah tangga Sekretariat Daerah;
- 9) pelaksanaan kegiatan ketatausahaan pimpinan Pemerintah Daerah;
- 10) penyelenggaraan kearsipan Sekretariat Daerah;
- 11) pelaksanaan pelayanan kendaraan;
- 12) fasilitasi pelantikan Gubernur dan Wakil Gubernur;
- 13) pemantauan dan evaluasi pelaksanaan kebijakan di bidang administrasi perkantoran, tata usaha pimpinan, rumah tangga, kendaraan, hubungan masyarakat serta keprotokolan;
- 14) pelaksanaan pemantauan dan evaluasi pelaksanaan kebijakan bidang administrasi perkantoran;
- 15) penyusunan laporan pelaksanaan tugas Biro.
- 16) pelaksanaan kegiatan ketatausahaan; dan

17) pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan fungsi dan tugasnya

11. Visi dan Misi Biro Umum, Humas dan Protokol Setda DIY

Visi Biro UHP Setda DIY

Berdasarkan fungsinya, maka Biro UHP mempunyai visi “Penyiapan bahan perumusan kebijakan dan pelayanan pimpinan secara optimal”.

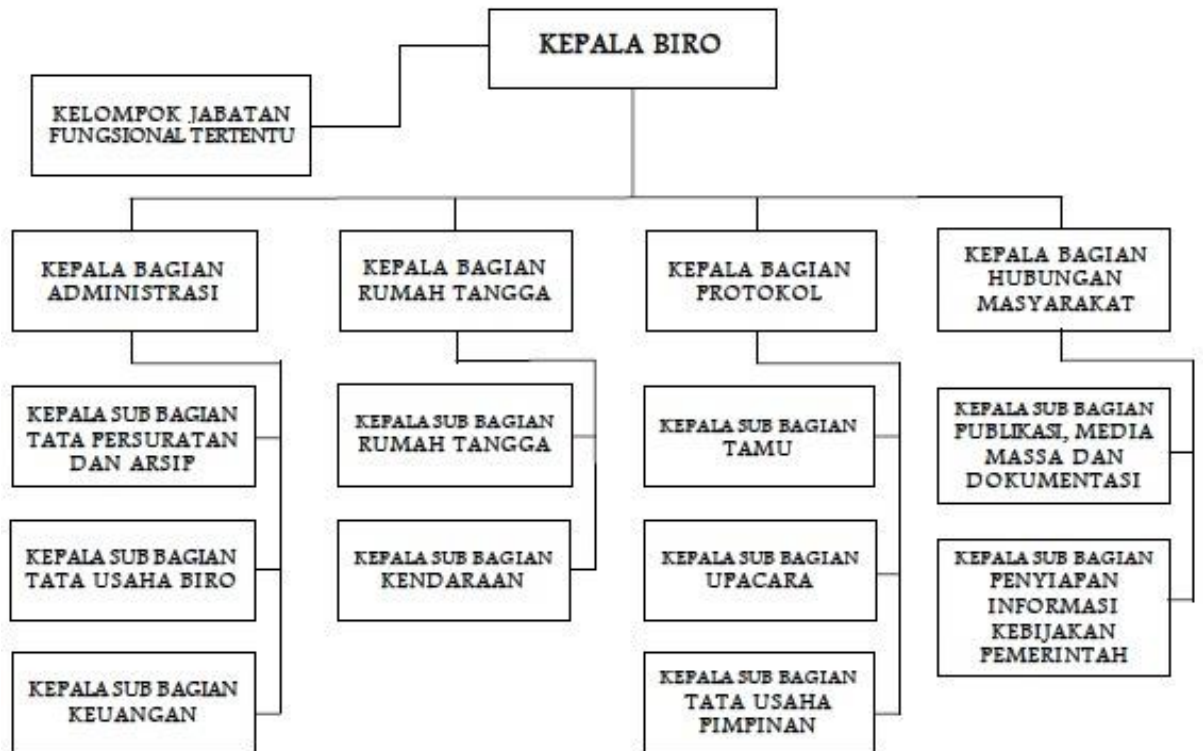
Misi Biro UHP Setda DIY

1. Meningkatkan kapasitas kelembagaan dan penerapan Pemerintah untuk mewujudkan organisasi yang efektif dan efisien.
2. Mewujudkan pelayanan yang berkualitas
3. Meningkatkan kualitas pengelolaan administrasi perkantoran dan kearsipan.
4. Meningkatkan kualitas pelayanan rumah tangga Sekretariat, sandi dan telekomunikasi serta pelayanan kendaraan.
5. Meningkatkan profesionalisme pelayanan keprotokolan dan kehumasan.

12. Struktur Organisasi Biro Umum, Humas dan Protokol

Struktur Organisasi Biro Umum, Humas dan Protokol (Peraturan Gubernur DIY Nomor 37 Tahun 2008 Tentang Rincian Tugas dan Fungsi Satuan Organisasi di Lingkungan Sekretariat Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta.

STRUKTUR ORGANISASI BIRO UMUM, HUMAS DAN PROTOKOL SEKRETARIAT DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA



Struktur Organisasi Pemerintah Daerah DIY

Sumber: Biro Umum, Humas Dan Protokol Setda DIY

B. Bagian Biro Umum, Humas Dan Protokol Setda DIY

Humas Pemerintah Daerah (Pemda) DIY berada dalam suatu Biro yang bernama Biro Umum, Humas dan Protokol (UHP). Sebelum bergabung dengan Biro Umum dan protokol pada tahun 2019, Humas Pemda DIY sebelumnya merupakan bidang dibawah naungan Diskominfo DIY. Tugas Humas Pemda DIY berkaitan dengan kegiatan *public realitions* serta publikasi dan dokumentasi kegiatan apapun yang dilakukan oleh Pemda DIY, terutama yang melibatkan pejabat Pemda DIY seperti meliput kegiatan Gubernur dan

Wakil Gubernur DIY. Kegiatan yang dilakukan Humas Pemda DIY yang berkaitan dengan *Public Realitions* yaitu seperti memberikan informasi kepada masyarakat, melakukan komunikasi dengan publik, menjalankan *media realitions*, menulis berita (*Press Release*), dan lain-lain. Dalam rangka untuk mencapai tujuan, tentunya banyak peranan yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY guna menampung aspirasi masyarakat serta transparasi informasi kepada masyarakat dan juga pegawai lainnya.

Berdasarkan Peraturan Gubernur DIY Nomor 1 Tahun 2018 tugas dan fungsi masing-masing bagian di Biro Umum, Humas dan Protokol Setda DIY adalah sebagai berikut :

1. Bagian Administrasi

Bagian Administrasi mempunyai tugas mengelola keuangan, kearsipan dan ketatausahaan.

Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud diatas Bagian Administrasi mempunyai fungsi :

- a. Penyusunan program kerja.
- b. Penyiapan bahan administrasi.
- c. Pengelolaan administrasi perkantoran.
- d. Pengelolaan keuangan Gubernur dan Wakil Gubernur, Sekretariat Daerah.
- e. Pengkoordinasian kegiatan pelayanan kearsipan Sekertariat Daerah.
- f. Pelaksanaan ketatausahaan biro.
- g. Pelaksanaan monitoring, evaluasi dan penyusunan laporan program Bagian Administrasi dan,
- h. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan dengan tugas dan fungsinya .

2. Bagian Rumah Tangga

Bagian Rumah Tangga mempunyai tugas menyiapkan kebutuhan dibidang rumah tangga dan pelayanan kendaraan dinas.

Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud di atas Bagian Pelayanan mempunyai fungsi :

- a. Penyusunan program kerja.
- b. Penyiapan bahan perumusan kebijakan rumah tangga.

- c. Pelayanan pemeliharaan dan perawatan kantor gubernur, wakil gubernur, sekretaris daerah serta pelayanan perawatan perlengkapan rumah jabatan, kantor gubernur dan wakil gubernur.
- d. Pelayanan pemakaian kendaraan dinas untuk pimpinan dan tamu.
- e. Pelaksanaan monitoring, evaluasi dan penyusunan laporan program Bagian Rumah Tangga dan,
- f. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

3. Bagian Protokol

Bagian Protokol mempunyai tugas menyelenggarakan keprotokolan Pemerintah Daerah.

Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud di atas Bagian Protokol mempunyai fungsi :

- a. Penyusunan program kerja.
- b. Penyiapan bahan keprotokolan.
- c. Koordinasi penyelenggaraan keprotokolan kunjungan tamu.
- d. Koordinasi penyelenggaraan keprotokolan upacara bendera, upacara bukan upacara bendera dan acara resmi.
- e. Koordinasi penyelenggaraan keprotokolan kegiatan Gubernur, Wakil Gubernur dan Sekretaris Daerah.
- f. Pelaksanaan keprotokolan kegiatan Gubernur, Wakil Gubernur dan Sekretaris Daerah.
- g. Penyelenggaraan ketatausahaan Gubernur, Wakil Gubernur, Sekretaris Daerah, Staf Ahli Gubernur dan Asisten.
- h. Pelaksanaan monitoring, evaluasi, dan penyusunan laporan program Bagian Protokol dan,
- i. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya

4. Bagian Hubungan Masyarakat

Bagian Humas mempunyai tugas menyelenggarakan fungsi kehumasan, yaitu :

- a. Penyusunan program kerja.

- b. Penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis penyelenggaraan hubungan masyarakat.
- c. Koordinasi penyelenggaraan pelayanan kehumasan serta hubungan dengan lembaga kehumasan yang lain.
- d. Penyelenggaraan publikasi, pendokumentasian kebijakan dan kegiatan Pemerintah Daerah.
- e. Penyiapan kebijakan pemanfaatan media luar ruang.
- f. Pelaksanaan kehumasan Pemerintah Daerah.
- g. Penyusunan perumusan kebijakan teknis dibidang pemberitaan dan kehumasan Pemerintah Daerah.
- h. Pelaksanaan monitoring, evaluasi dan penyusunan laporan program Bagian Hubungan Masyarakat dan,
- i. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Pada pasal 168, Bagian Hubungan Masyarakat terdiri dari :

1. Subbagian Publikasi, Dokumentasi Media Massa (PDM)
2. Subbagian Penyiapan Informasi Kebijakan Pemerintah Daerah (PIK)

Humas sebagai informasi pemerintah dituntut untuk selalu dapat melakukan tugasnya dengan baik demi terciptanya komunikasi yang baik antara pemerintah dengan masyarakat. Adapun berbagai aktivitas serta media yang digunakan dalam pencapaian mutu pelayanan informasi kepada publik diantaranya:

- a. Melaksanakan liputan kegiatan Gubernur, Wakil Gubernur, Sekretaris Daerah, Pejabat dan Tamu Negara
- b. Kehumasan meliputi rangkaian kegiatan yang dilaksanakan oleh Gubernur, Wakil Gubernur, Sekretaris Daerah, Pejabat dan Tamu Negara dan kemudian informasi dipublikasikan kepada masyarakat melalui media sosial.

- c. Humas memiliki beberapa cara untuk menjalin hubungan yang baik dengan Pers dan Wartawan sebagai rekan sekaligus pihak yang terkait langsung dengan penyebaran informasi dan berita Pemda DIY kepada publik, yaitu melalui kegiatan :
- a) Keterangan Pers (*Press Statment*)
 - b) Wawancara Pers (*Press Interview*)
 - c) Wisata Pers (*Press Tour*)
 - d) Workshop Wartawan
- d. Menjalinkan hubungan yang baik dengan Pers dan Wartawan.
- e. Pemanfaatan Media Massa untuk peningkatan layanan informasi kepada publik.

Munculnya Media Massa menjadi salah satu andalan bagi Humas Pemda DIY dalam menyebarkan berita kepada publik. Perkembangan teknologi media memudahkan Humas dalam menyebarkan informasi kepada publik dengan tempo waktu yang singkat. Media massa dibagi menjadi dua yaitu, media cetak dan media elektronik.

- f. Menyelenggarakan beragam publikasi secara berkesinambungan
- Publikasi dalam Humas bertujuan untuk menyampaikan pesan komunikasi atau informasi mengenai aktivitas yang bersifat kelembagaan atau institusi yang perlu disebarkan melalui kerjasama dengan Media Massa. Terdapat beberapa bentuk publikasi diantaranya:
- Press Release.
 - Melalui website www.jogjraprov.go.id
 - Buletin yang berisi Siaran Pemerinatah Daerah (SPD) edisi bulanan dan edisi khusus.
 - Pembuatan VCD dokumentasi
 - Dialog interaktif melalui media elektronik

- Pembuatan buku informasi tentang pendidikan dan wisata di Yogyakarta
- g. Pemanfaatan Media Massa untuk peningkatan layanan informasi kepada publik.

Munculnya Media Massa menjadi salah satu andalan bagi Humas Pemda DIY dalam menyebarkan berita kepada publik. Perkembangan teknologi media memudahkan Humas dalam menyebarkan informasi kepada publik dengan tempo waktu yang singkat. Media massa dibagi menjadi dua yaitu, media cetak dan media elektronik.

BAB IV

KEGIATAN PKL, DAN PEMBAHASAN

A. KEGIATAN PKL

Pada bab ini penulis akan membahas aktivitas yang dilakukan selama menjalani Praktik Kerja Lapangan di Biro Umum, Humas Dan Protokol Sekretariat Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta, selama 3 bulan, terhitung mulai tanggal 11 Februari 2019 sampai dengan 1 Mei 2019. Adapun kegiatan yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

AGENDA HARIAN PKL

NO.	TANGGAL	JAM		KEGIATAN
		MASUK	KELUAR	
1.	11 Februari 2019	07.30	16.00	1. Sosialisasi dan adaptasi lingkungan kerja 2. Orientasi Liputan Panitia SO 1 Maret bertemu dengan Wakil Gubernur 3. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	12 Februari 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol 2. Liputan Menerima Panitia FKY 2019 bertemu dengan Wakil Gubernur 3. Liputan Menrima Panita Jogja Berbakti

				3. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	13 Februari 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	14 Februari 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol 2. Liputan Panitia Peluncuran Buku Paku Alam V bertemu dengan Wakil Gubernur 3. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	15 Februari 2019	07.30	14.30	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol 2. Liputan Dubes German bertemu dengan Gubernur 3. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	18 Februari 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	19 Februari 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol 2. Liputan Kunjungan Studi Komperatif Implementasi

				SPIP Kabupaten lima Puluh Kota 3. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	20 Februari 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol 2. Liputan Acara KPK/ Kunjungan Bupati Kulonprogo 3. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	21 Februari 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	22 Februari 2019	07.30	14.30	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	25 Februari 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol 2. Liputan Panitia Hari down syndrom bertemu Wagub DIY 3. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	26 Februari 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	27 Februari 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	28 Februari 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol

2.	01 Maret 2019	07.30	14.30	<p>1. Monitor Agenda di Kantor Protokol</p> <p>2. Liputan Rakor PKK bersama Wagub DIY</p> <p>3. Monitor Agenda di Kantor Protokol</p>
	04 Maret 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	05 Maret 2019	07.30	16.00	<p>1. Monitor Agenda di Kantor Protokol</p> <p>2. Liputan Penguhukan DP2WP, Barahmus, Panitia FKY olah Wagub DIY di Dinas Budaya DIY</p> <p>3. Monitor Agenda di Kantor Protokol</p>
	06 Maret 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	07 Maret 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	08 Maret 2019	07.30	14.30	<p>1. Monitor Agenda di Kantor Protokol</p> <p>2. Liputan Pembukan DIKLAT TIM II di BANDIKLAT DIY</p>

				3. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	11 Maret 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol 2. Liputan Panitia JIFFINA bersama Wagub DIY 3. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	12 Maret 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol 2. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	13 Maret 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol 2. Membantu Pelaksanaan Workshop PIK di Hotel Grage 3. Monitor Agenda di Kantor protokol
	14 Maret 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	15 Maret 2019	07.30	14.30	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	17 Maret 2019	06.00	08.00	Liputan Nampak Tilas SO 1 Maret, Fun Bike di Alun-alun Utara

	18 Maret 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	19 Maret 2019	07.30	16.00	Monitor Agenda di Kantor Protokol 2. Liputan Penandatngnan Dokumen Piagam Fakta Integritas di Pengadilan Tinggi YK
	20 Marret 2019	07.30	16.00	Monitor Agenda di Kantor Protokol
	21 Maret 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol 2. Liputan Peresmian Kawasan Edutainment dan Wisata Kuliner Dapur Warna 3. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	22 Maret 2019	07.30	14.30	Monitor Agenda di Kantor Protokol
	25 Maret 2019	07.30	16.00	Monitor Agenda di Kantor Protokol
	26 Maret 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol 2. Membantu Pelaksanaan kegiatan Workshop PIK di Hotel Grage

				3. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	27 Maret 2019	07.30	16.00	Monitor Agenda di Kantor Protokol
	28 Maret 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol 2. Liputan Menerima Tamu Tidar Heritage Foundation bersama Gubernur DIY 3. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	29 Maret 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol 2. Liputan Kunjungan KPW BI bersama Wagub DIY 3. Monitor Agenda di Kantor Protokol
3	1 April 2019	07.30	16.00	Monitor Agenda di Kantor Protokol
	2 April 2019	07.30	16.00	Monitor Agenda di Kantor Protokol
	4 April 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol 2. Liputan Kunjungan SEKDA Kabupaten Tulungagung

				4. Monitor Agenda di Kantor Protokol
	5 April 2019	07.30	16.00	Monitor Agenda di Kantor Protokol
	8 April 2019	07.30	16.00	Monitor Agenda di Kantor Protokol
	9 April 2019	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol 2. Mengarsip File Humas di Kantor Diskominfo 3. Liputan Dialog Interaktif di JogjaTV
	10 April	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol 2. Liputan Video Conference Pemda Se Indonesia
	11 April	07.30	16.00	Monitor Agenda di Kantor Protokol
	12 April	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol 2. Liputan Desa Prima di AdiTV
.	15 April	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Kantor Protokol

			2. Liputan Kunjungan Perihimpunan Dokter Bedah Saraf dengan Wagub
16 April	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Protokol 2. Liputan TPID ke Pasar Tradisional Wates Kulonprogo
18 April	07.30	16.00	Monitor Agenda di Protokol
22 April	07.30	16.00	Monitor Agenda di Protokol
23 April			Izin
24 April	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Protokol 2. Liputan Pengajian Isra Miraj di Bangsal Kepatihan
25 April	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Protokol 2. Upacara Hari OTDA XXIII 2019 di Halaman Upacara Kepatihan
26 April	07.30	16.00	1. Monitor Agenda di Protokol 2. Tamu KJRI Shanghai ke Sekda DIY di ruang Rapat setda
29 April	07.30	16.00	Monitor Agenda di Kantor Protokol
30 April	07.30	16.00	Monitor Agenda di Kantor Protokol

Tabel.1

B. DESKRIPSI TUGAS

Selama penulis melaksanakan kegiatan PKL di Biro Umum, Humas Dan Protokolo Setda DIY. Tugas harian yang dilakukan oleh penulis terbagai menjadi dua jenis tugas yaitu tugas umum dan tugas khusus. Tugas umum adalah tugas yang dikerjakan harian oleh penulis, sedangkan tugas khusus adalah tugas yang dikerjakan berhubungan dengan laporan PKL, yaitu melakukan liputan disetiap agenda kegiatan Pemda DIY, yaitu peliputan kegiatan berupa pengambilan gambar, dan pengambilan video sebagai dokumentasi kegiatan, dan melakukan wawancara kepada narasumber pada sebuah kegiatan sebagai data untuk penulisan naska berita. Adapun bentuk tugas penulis selama PKL sebagai berikut :

1. Tugas Umum

a) Monitoring Agenda Kegiatan

Kegiatan monitoring dilakukan penulis di pagi hari setiap masuk kerja dan setiap sore sebelum jam pulang kerja. Monitoring agenda yang berada di ruang bagian Protokol Pemda DIY. kemudian dicatat agenda yang tertulis di papan pengumuman ruang protokol, dan selanjutnya di tulis di papan pengumuman Humas. Dan juga melakukan monitoring agenda *online* di portal agenda Pemda DIY menggunakan komputer.

Setelah terdata agenda yang ada, kemudian akan di bagi tugas oleh kepala subbagian PDM, setiap satu agenda terbagai menjadi 3 tugas untuk mengikuti agenda tersebut, yaitu reporter, fotografer, dan videografer. Pembagian tugas sesuai keahlian dibidang tersebut.

b) Mendistribusikan Buletin Jogjawara Pemda DIY

Buletin jogjawara merupakan nama dari produksi pemerintah daerah DIY dengan tegline “Media Komunikasi

& Transformasi Birokrasi” yang rutin di terbitkan pemerintah satu bulan sekali. Isi dari buletin jogjawara ini, mulai dari Kegiatan Gubernur DIY, Wakil Gubernur DiY, dan kegiatan Pemerintah Daerah DIY, yang disusun oleh humas Pemda DIY.

Buletin jogjawara tidak hanya didistribusikan di pemerintahan provinsi DIY saja, juga di distribusikan ke pemerintahan kabupaten maupun kota di DIY. Penulis mendistribusikan langsung ke seluruh instansi yang ada di kompleks kepatihan, Kantor Gubernur DIY.

2. Tugas Khusus

a) Reporter/ Penulis Naska Berita

selama melaksanakan PKL, penulis mendapatkan beberapa kali tugas sebagai reporter atau penulis berita. Humas Pemda DIY memiliki kegiatan yang sudah teragendakan setiap harinya. Seperti reporter pada umumnya, melakukan reportase kegiatan-kegiatan Pemda DIY yang sudah di agendakan. Kegiatan yang di utamakan untuk di reportase yaitu, kegiatan yang melibatkan Gubernur DIY, Wakil Gubernur DIY, Sekretaris Daerah DIY.

Tugas sebagai reporter disini adalah mengikuti kegiatan yang berlangsung, menulis poin-poin penting sebagai data, merekam sambutan dari pejabat yang sambutan. Jika reporter kurang lengkap mendapatkan data/informasi, reporter harus melakukan wawancara dengan pihak yang terlibat pada kegiatan tersebut ataupun tamu undangan/pejabat yang hadir pada kegiatan tersebut.

Tugas selanjutnya yaitu, reporter menulis berita dengan panduan 5W+I H/ paramida terbalik, naskah berita yang sudah di buat langsung di masukan di draft website humas Pemda DIY, yang selanjutnya akan di editor oleh editor

humas pemda DIY sebelum berita di publikasi di website jogjaprovo.go.id milik Pemda DIY.

b) Fotografer

Selama PKL penulis tidak hanya sebagai reporter/penulis naskah berita, juga mendapatkan tugas sebagai fotografer di beberapa peliputan kegiatan Pemda DIY. Seperti kegiatan, Audiensi panitia SO I maret bertemu dengan Wakil Gubernur DIY, Audiansi panitia peluncuran buku Paku Alam V bertemu dengan Wakil Gubernur DIY, Kunjungan kerja Pemerintah Kabupaten Tulungagung, dan TPID ke Pasar Wetes Kulonprogo.

Foto yang diambil akan digunakan sebagai data pendukung berita kegiatan yang akan dipublikasi di media Pemda DIY (Website, Instagram, twitter, facebook). Sebelum dipublikasi foto di edit terlebih dahulu di bagian editor foto agar hasil foto maksimal.

c) Videografer

Tidak hanya dokumentasi foto, video pun menjadi data pendukung dokumentasi kegiatan. Data video pun tidak hanya untuk arsip/data humas, juga untuk bahan berita di televisi Pemda DIY yaitu Jogja Istimewa TV. Pengambilan video harus mencakup keseluruhan kegiatan yang dilaksanakan dengan jelas. Hasil rekaman video akan di edit dan dipublikasikan di akun youtube Humas Pemda DIY. Pada tugas ini penulis juga pernah mendapatkan tugas, pada pengambilan video kegiatan, Kunjungan Duber German dengan Gubernur DIY, Kunjungan Bupati Kabupaten Kulonprogo.

C. PEMBAHASAN

Aktivitas praktisi humas lembaga pemerintah seperti, publikasi atau promosi merupakan kegiatan humas pemerintah yang tidak bisa dihindari humas

pemerintah. Memberikan layanan informasi kepada masyarakat yang berkaitan dengan kebijakan/kegiatan pemerintah. Humas pemerintah juga berperan sebagai komunikator pemerintah kepada masyarakat. Perlunya keterbukaan pemerintah dengan masyarakat, maka pentingnya peran humas pemerintah dalam proses penyampaian informasi kepada masyarakat. Pentingnya peran humas pemerintah Pemda DIY dalam menyebarkan informasi dengan sistem informasi yang baik secara efektif dan efisien dengan menggunakan media elektronik dan media online.

Pemerintah Daerah DIY memiliki beberapa media untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat terkait dengan kegiatan-kegiatan Pemerintah Daerah DIY. Adanya media elektronik dan media online sangat berguna untuk masyarakat mendapatkan informasi mengenai setiap kegiatan oleh Pemerintah Daerah DIY. Dan berpengaruh bagi Pemerintah Daerah DIY karena, terciptanya kepercayaan masyarakat kepada Pemerintah DIY.

Secara kelembagaan struktural, Humas Pemerintah Daerah DIY dibawahi Biro Umum, Humas, Dan Protokol Pemda DIY, pada bagian Publikasi Media Massa (PDM) yang memiliki peran untuk mempublikasikan setiap kegiatan yang dilakukan Pemda DIY. Melalui media Humas Pemda DIY yang berupa, website, Media Sosial (Instagram, Twitter, facebook), Youtube. Hal ini dilakukan kepada masyarakat agar lebih mudah memperoleh informasi kegiatan yang dilakukan Pemerintah Daerah DIY, dan juga sebagai bentuk upaya pelayanan, serta keterbukaan informasi kepada masyarakat.

Fungsi dari humas Pemerintah Daerah DIY, sebagai wadah perantara dalam penyampaian informasi kepada masyarakat. Seperti, contohnya kegiatan publikasi kepada masyarakat yang berkaitan dengan kegiatan/kebijakan/program Pemerintah Daerah DIY. Fungsi Humas Pemerintah Daerah DIY diharapkan sebagai sarana dalam penyebaran informasi atau publikasi kegiatan yang berkaitan dengan Pemerintah Daerah DIY. Humas Pemerintah Daerah DIY juga menjalin hubungan dengan beberapa media dalam kegiatan publikasi. Humas Pemerintah Daerah DIY khususnya bagian PDM, juga melakukan publikasi kegiatan menggunakan media elektronik dan media online. Media elektronik yang digunakan untuk publikasi yaitu ada website Pemerintah Daerah DIY *Jogjapro.go.id*, sedangkan media

online yang digunakan untuk publikasi kegiatan Pemerintah Daerah DIY yaitu, media sosial Instagram “@humasjogja”, media sosial twitter “@humas_jogja”, media sosial facebook “Humas Pemda DIY”, dan media online lainnya yakni youtube “Humas jogja”.

Upaya Humas Pemerintah Daerah DIY dalam penyeberluasan/publikasi informasi kepada masyarakat melalui media online seperti media sosial Instagram. Nama media sosial instagram Pemda DIY yakni @humasjogja yang dikelola langsung oleh Humas Pemda DIY sejak tahun 2017. Segala Informasi Kegiatan yang berkaitan dengan Pemda DIY dipublikasikan di media instagram. Tak hanya kegiatan pimpinan/instansi Pemerintah Daerah saja, juga mempublikasikan tentang kebudayaan DIY di media sosial instagram. Agar masyarakat lebih mudah untuk mendapatkan informasi mengenai Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta, dan juga Humas Pemerintah Daerah DIY juga memberi ruang untuk masyarakat mengeluarkan apresiasinya melalui kolom komentar di media sosial Pemerintah Daerah DIY. Media Sosial instagram yang digunakan Humas Pemda DIY adalah sebagai strategi untuk menciptakan citra positif di publik.

Media sosial instagram yang kelolah langsung oleh staff Humas Pemerintah Daerah DIY, selain untuk menciptakan citra positif ke publik, juga sebagai media kedua/pendukung media elektronik website Pemda DIY dalam meningkatkan pengunjung website. Media sosial instagram juga digunakan sebagai sarana publikasi informasi dan menampung aspirasi dari masyarakat. Instagram Humas Pemda DIY tidak hanya menjalankan komunikasi satu arah, namun juga menjalankan komunikasi dua arah. Kerena humas Pemda DIY menekankan pelayanan publik untuk peningkatan pelayanan informasi ke masyarakat. Informasi yang diberikan tidak hanya untuk masyarakat DIY, melainkan seluruh masyarakat Indonesia maupun mancanegara bisa mengaskese informasi di media sosial ataupun website Pemerintah Daerah DIY.

Humas pemerintah harus menguasai teknologi informasi dan komunikasi, untuk melakukan kegiatan publikasi di era digital. Media sosial instagram sebagai media yang tren dan mudah di akses di kalangan apapun. Humas Pemerintah Daerah DIY memilih instagram salah satu media publikasinya, karena media sosial sangat berpengaruh untuk saat ini. Humas Pemerintah Daerah DIY menggunakan instagram sebagai sarana publikasi dan promosi, agar masyarakat dapat lebih

mudah untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan Pemerintah Daerah DIY. Dan juga Humas Pemerintah Daerah DIY menjadikan instagram sebagai sarana untuk masyarakat saling berbagi informasi apapun mengenai DIY.

PROSES PUBLIKASI KEGIATAN PEMERINTAH DAERAH DIY DI INSTAGRAM

Tugas dari humas Pemerintah Daerah DIY dalam publikasi kegiatan mulai dari menulis naskah berita untuk seluruh media publikasi Pemerintah Daerah DIY, pengambilan dokumentasi kegiatan berupa gambar maupun video nantinya untuk dipublikasikan kepada masyarakat luas melalui media elektronik dan media online pemerintah daerah DIY. Salah satu sarana publikasi yang dibuat Humas Pemerintah Daerah DIY yakni media sosial instagram. Sebelum diunggah di media sosial instagram menjadi informasi, ini juga melalui proses publikasi. Berikut ini proses publikasi kegiatan Pemerintah Daerah DIY Di Media Sosial Instagram:

- a) Agenda kegiatan yang diinformasikan oleh bagian Publikasi, Dokumentasi, Dan Media Massa (PDM) humas pemda DIY diperoleh dari bagian Protokol pemda DIY. Agenda yang diperoleh dari agenda Gubernur atau agenda Wakil Gubernur yang diinformasikan melalui email. Agenda tersebut diinformasikan di papan pengumuman dan diinformasikan staff yang akan bertugas meliput kegiatan. Dari agenda inilah informasi pemda DIY akan dipublikasikan untuk masyarakat melalui website jogjaprovo.go.id.
- b) Peliputan/Pengumpulan Data
Peliputan atau pengumpulan data dilakukan sesuai dengan agenda yang sudah diinformasikan. Peliputan dilakukan setiap hari kerja yang sudah di agendakan. Selama kegiatan peliputan data-data yang dikumpulkan meliputi data tertulis dan rekaman yang diperoleh dari hasil wawancara, pengambilan gambar, pengambilan video.
- c) Penulisan Naskah Berita
Penulisan berita dilakukan setelah peliputan dan pengumpulan data dilakukan. Data kegiatan peliputan yang didapat berupa data wawancara, data foto, data video. Data tersebut dituangkan dalam

bentuk tulisan dalam pembuatan naskah berita. Berita yang dibuat juga dilengkapi dengan foto-foto kegiatan yang dijadikan informasi untuk lebih jelas dan agar berita lebih menarik untuk dibaca masyarakat, penulisan berita ini harus memuat 5W + 1H (*what, who, when, where, why, how*).

d) Pemilihan Dan Edit Foto/Video

Setelah dokumentasi foto/Video masuk tahap memilih beberapa foto/video untuk di unggah di media elektronik dan media online Pemerintah Daerah DIY. Foto/Video sebelum diunggah masuk ke tahap pengeditan, agar hasil foto/video semaksimal mungkin. Foto/video sebagai data pendukung untuk informasi yang dipublikasikan di media sosial instagram Pemerintah Daerah DIY.

e) Unggah Website

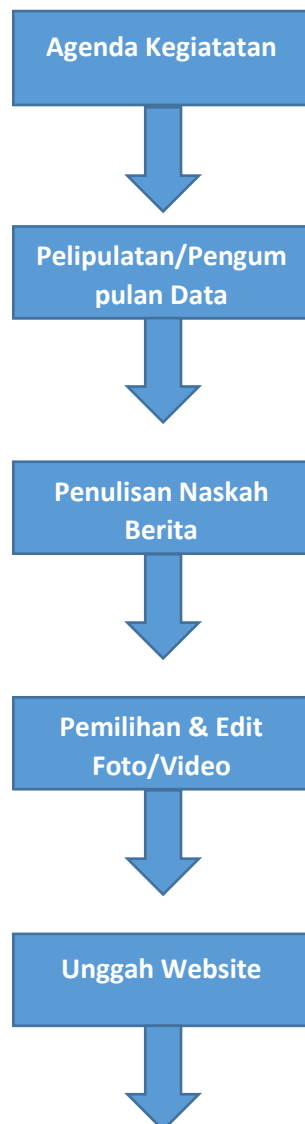
Data hasil peliputan yang sudah menjadi naskah berita kemudian di ke website jogjaprov.go.id. Selanjutnya diperiksa oleh staff bagian PDM humas setda DIY. Setelah disetujui, kemudian naskah berita di upload di website jogjaprove.go.id. Berita yang diupload ke website memiliki beberapa fungsi, salah satunya adalah wujud transparansi pemerintah dengan masyarakat terkait dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah daerah DIY.

f) Unggah Instagram

Informasi berupa berita yang sudah di unggah ke *website jogjaprov.go.id*, kemudian di unggah di media sosial instagram. Jadi sebelum di unggah di media sosial instagram, informasi di unggah terlebih dahulu di website. Foto ataupun video yang di unggah ke instagram adalah dokumentasi yang sama untuk media online lainnya. Dan "*caption*" yang menjadi pendukung informasi di instagram diambil dari "*lead*" naskah berita yang ada di website. Dan menggunakan *hashtag* di setiap unggahan, *hashtag* wajib yang di gunakan *hashtag* #jogja dan #jogjaistimewa, kegunaan dari *hashtag* ini agar masyarakat lebih mudah untuk melakukan pencarian terkait dengan kegiatan. Dan berita yang sudah diunggah di *feed* instagram, juga diunggah di instagram *story* agar masyarakat lebih mudah untuk

swipe up membuka informasi yang lengkap yang ada di website. Karena instagram *story* hanya tampil dalam jangka waktu 24 jam, maka setiap instagram story dimasukkan di highlights (sorotan) agar masyarakat bisa membuka atau mencari lebih mudah instagram story yang sudah 24 jam.

Skema Proses Publikasi Kegiatan Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta Di Media Sosial Instagram

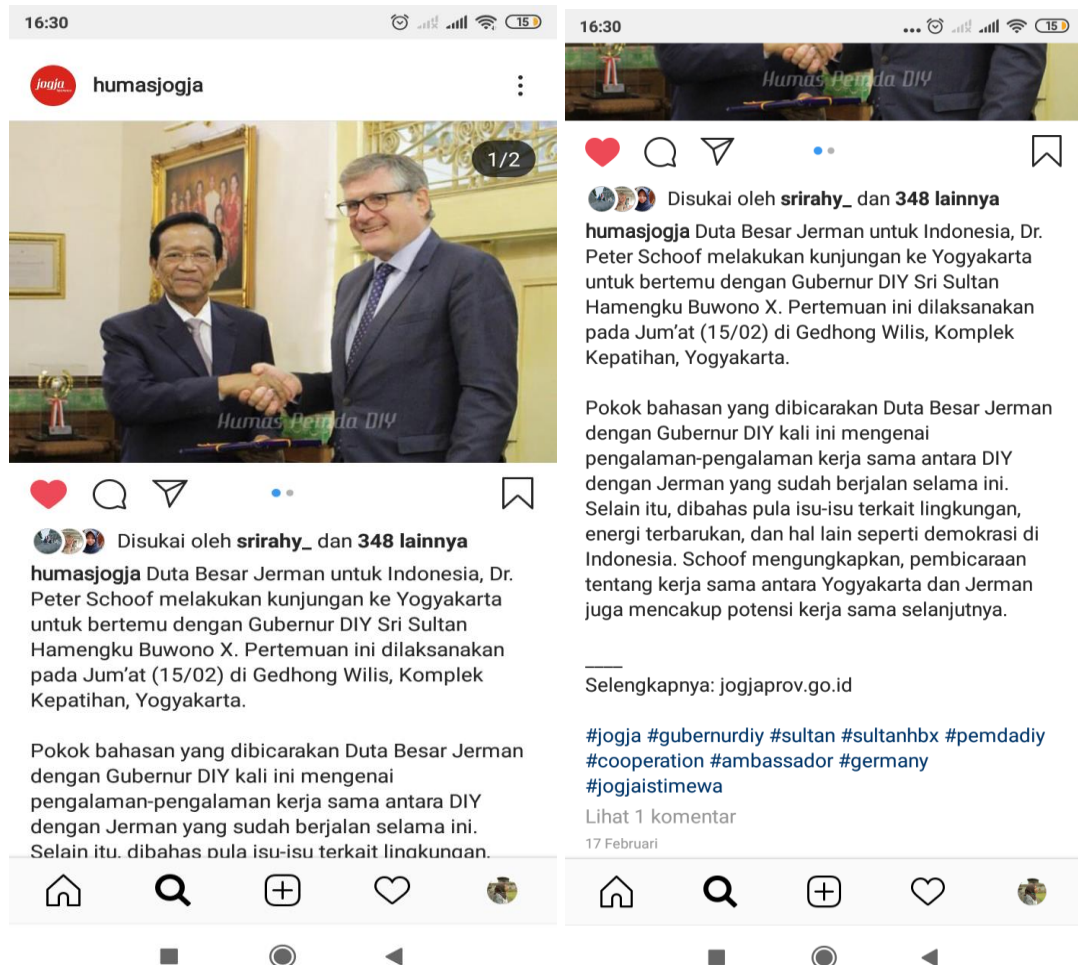


Unggah Instagram

Dari beberapa proses publikasi penulis terlibat sebagai penulis naskah berita, yang nantinya di jadikan sebagai "*caption*" unggahan di instagram dan pengambilan gambar untuk unggahan di instagram.

Sampel Proses Publikasi Kegiatan Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta Di Instagram

- 1) Publikasi Kegiatan Duta Besar Jerman Kunjungan Ke Yogyakarta Bertemu dengan Gubernur DIY



Gambar 4

- a) Agenda kegiatan Kunjungan Duta Besar Jerman Untuk Indonesia Ke Yogyakarta Untuk Bertemu dengan Gubernur DIY pada jumat, 15 february 2019 di komepeks kepatihan, kantor gubernur yogyakarta. Yang sudah di agendakan oleh bagian Publikasi, Domukentasi, Dan Media Massa (PDM) humas pemda DIY diperoleh dari bagian Protokol pemda DIY. Agenda diinformasikan di papan pengumuman dan diinformasikan staff yang akan bertugas meliput kegiatan tersebut. Dari agenda inilah informasi pemda DIY akan dipublikasikan untuk masyarakat melalui media publikasi pemda DIY.
- b) Peliputan/Pengumpulan Data
 Penulis mendapatkan tugas untuk meliput kegiatan Kunjungan Duta Besar Jerman Untuk Indoensia Ke Yogyakarta Untuk Bertemu dengan

Gubernur DIY. Penulis bergabung dengan tim Humas bagaian PDM Biro Umum, Humas, Dan Protokol Pemda DIY, untuk meliputi kegiatan tersebut di lapangan. Kegiatan peliputan berupa pengumpulan data seperti, Foto, Video, dan Wawancara Narasumber.

c) Penulisan Naskah Berita

Dari hasil peliputan , penulis melakukan penulisan naskah berita tentang kegiatan Kunjungan Duta Besar Jerman Untuk Indonesia Ke Yogyakarta Untuk Bertemu dengan Gubernur DIY. Naska berita yang telah dibuat oleh penulis berdasarkan data yang peroleh dari penulis saat melakukan liputan kegiatan tersebut.

d) Pemilihan Dan Edit Foto/Video

Setelah dokumentasi foto/Video Kegiatan Kunjungan Duta Besar Jerman Untuk Indonesia Ke Yogyakarta Bertemu dengan Gubernur DIY, selanjutnya masuk tahap memilih dua foto untuk di unggah di media sosial instagram Pemerintah Daerah DIY. Foto sebelum diunggah masuk ke tahap pengeditan, agar hasil foto semaksimal mungkin.

e) Unggah Website

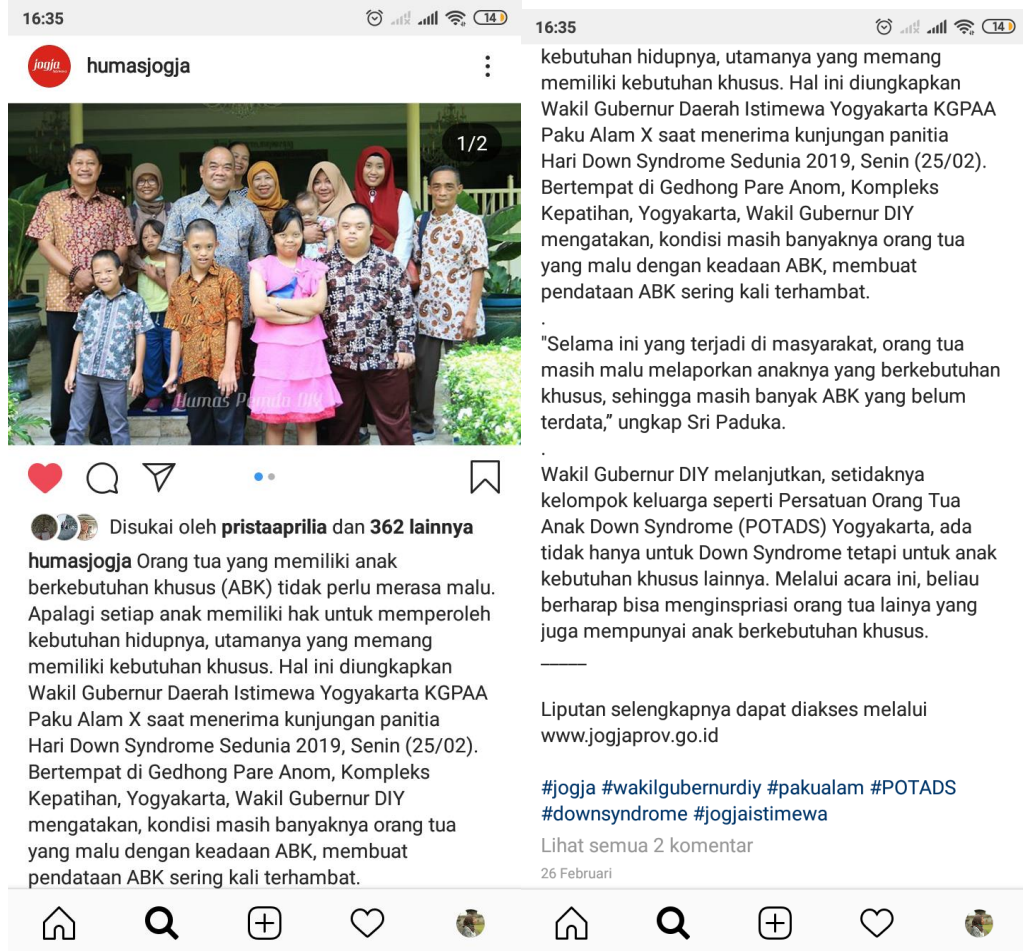
Data hasil peliputan kegiatan Kunjungan Duta Besar Jerman Untuk Indoensia Ke Yogyakarta Bertemu dengan Gubernur DIY yang sudah menjadi naskah beirta kemudian di unggah ke website jogjaprov.go.id. Selanjutnya diperiksa oleh staff bagian PDM humas Pemda DIY. Setelah disetujui, kemudian naska berita di upload di website jogjaprove.go.id.

f) Unggah Instagram

Naskah berita kegiatan Kunjungan Kerja Duta Besar Jerman Untuk Indoensia Ke Yogyakarta Bertemu dengan Gubernur DIY yang sudah di unggah ke website.jogjaprov.go.id, kemudian di unggah juga ke media sosial instagram @humasjogja. Jadi sebelum di unggah ke media sosial instagram, informasi di unggah terlebih dahulu ke website. Foto yang diunggah di instagram maksimal 10 buah foto. Dan “*caption*” yang menjadi pendukung informasi di instagram

diambil dari “lead” naskah berita yang ada di website. Dengan hasteg #jogja #gubernurdiy #sultan #sultanhbx #pemdadiy #cooperation #ambassador #germany #jogjaistimew.

2) Publikasi Kegiatan Panitia Hari Down Syndrome Audiensi Dengan Wakil Gubernur DIY



Gambar 5

- a) Agenda kegiatan Panitia Hari Down Syndrome Audiensi Dengan Wakil Gubernur DIY pada senin, 25 february 2019 di kompleks kepatihan, kantor gubernur yogyakarta. Yang sudah di agendakan oleh bagian Publikasi, Domukentasi, Dan Media Massa (PDM) humas pmda DIY diperoleh dari bagian Protokol pmda DIY. Agenda diinformasikan di papan pengumuman dan diinformasikan staff yang akan bertugas meliput kegiatan tersebut. Dari agenda inilah

informasi pemda DIY akan dipublikasikan untuk masyarakat melalui media publikasi pemda DIY.

b) Peliputan/Pengumpulan Data

Penulis mendapatkan tugas untuk meliput kegiatan Panitia Hari Down Syndrome Audiensi Dengan Wakil Gubernur DIY. Penulis bergabung dengan tim Humas bagaian PDM Biro Umum, Humas, Dan Protokol Pemda DIY, untuk meliputi kegiatan tersebut di lapangan. Kegiatan peliputan berupa pengumpulan data seperti, Foto, Video, dan Wawancara Narasumber.

c) Penulisan Naskah Berita

Dari hasil peliputan , penulis melakukan penulisan naskah berita tentang kegiatan Panitia Hari Down Syndrome Audiensi Dengan Wakil Gubernur DIY. Naska berita yang telah dibuat oleh penulis berdasarkan data yang peroleh dari penulis saat melakukan liputan kegiatan tersebut.

d) Pemilihan Dan Edit Foto/Video

Setelah dokumentasi foto/Video Kegiatan Panitia Hari Down Syndrome Audiensi Dengan Wakil Gubernur DIY, selanjutnya masuk tahap memilih 2 foto untuk di unggah di media sosial insPemerintah Daerah DIY. Foto sebelum diunggah masuk ke tahap pengeditan, agar hasil foto semaksimal mungkin.

e) Unggah Website

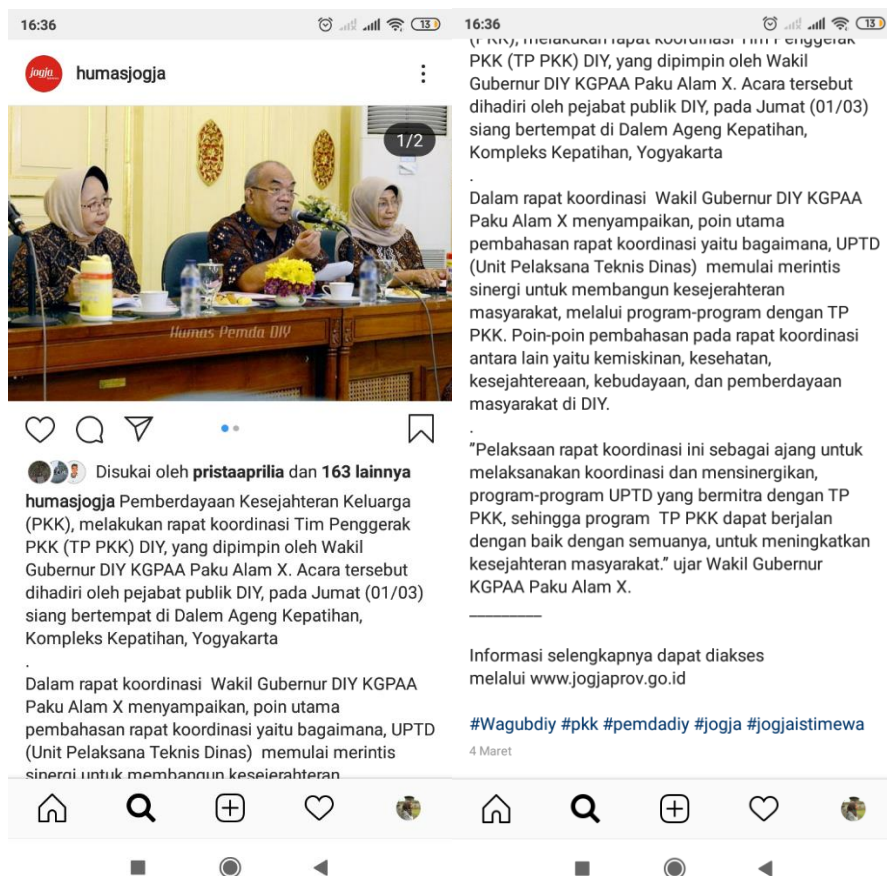
Data hasil peliputan kegiatan Panitia Hari Down Syndrome Audiensi Dengan Wakil Gubernur DIY, yang sudah menjadi naskah beirta kemudian di unggah ke website jogjaprov.go.id. Selanjutnya diperiksa oleh staff bagian PDM humas Pemda DIY. Setelah disetujui, kemudian naska berita di upload di website jogjaprove.go.id.

f) Unggah Instagram

Naskah berita kegiatan Panitia Hari Down Syndrome Audiensi Dengan Wakil Gubernur DIY, yang sudah di unggah ke *website* jogjaprov.go.id, kemudian di unggah juga ke media sosial instagram

@humasjogja. Jadi sebelum di unggah ke media sosial instagram, informasi di unggah terlebih dahulu ke website. Foto yang diunggah di instagram maksimal 10 buah foto. Dan “caption” yang menjadi pendukung informasi di instagram diambil dari “lead” naskah berita yang ada di website. Dengan hestag #jogja #wakilgubernurdiy #pakualam #POTADS #downsyndrome #jogjaistimewa.

3) Publikasi Kegiatan Rapat Koordinasi Tim Penggerak Pemberdayaan Kesejahteran Keluarga (TP PKK) DIY



Gambar 6

- a) Agenda kegiatan Rapat Koordinasi Tim Penggerak Pemberdayaan Kesejahteran Keluarga (TP PKK) pada jumat, 1 Maret 2019 di kompleks kepatihan, kantor gubernur yogyakarta. Yang sudah di agendakan oleh bagian Publikasi, Domukentasi, Dan Media Massa (PDM) humas pemda DIY diperoleh dari bagian Protokol pemda

DIY. Agenda diinformasikan di papan pengumuman dan diinformasikan staff yang akan bertugas meliput kegiatan tersebut. Dari agenda inilah informasi pemda DIY akan dipublikasikan untuk masyarakat melalui media publikasi pemda DIY.

b) Peliputan/Pengumpulan Data

Penulis mendapatkan tugas untuk meliput kegiatan Rapat Koordinasi Tim Penggerak Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (TP PKK). Penulis bergabung dengan tim Humas bagaian PDM Biro Umum, Humas, Dan Protokol Pemda DIY, untuk meliputi kegiatan tersebut di lapangan. Kegiatan peliputan berupa pengumpulan data seperti, Foto, Video, dan Wawancara Narasumber.

c) Penulisan Naskah Berita

Dari hasil peliputan , penulis melakukan penulisan naskah berita tentang kegiatan Rapat Koordinasi Tim Penggerak Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (TP PKK). Naska berita yang telah dibuat oleh penulis berdasarkan data yang peroleh dari penulis saat melakukan liputan kegiatan tersebut.

d) Pemilihan Dan Edit Foto/Video

Setelah dokumentasi foto/Video Kegiatan Rapat Koordinasi Tim Penggerak Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (TP PKK), selanjutnya masuk tahap memilih 2 foto untuk di unggah di media sosial instagram Pemerintah Daerah DIY. Foto sebelum diunggah masuk ke tahap pengeditan, agar hasil foto semaksimal mungkin.

e) Unggah Website

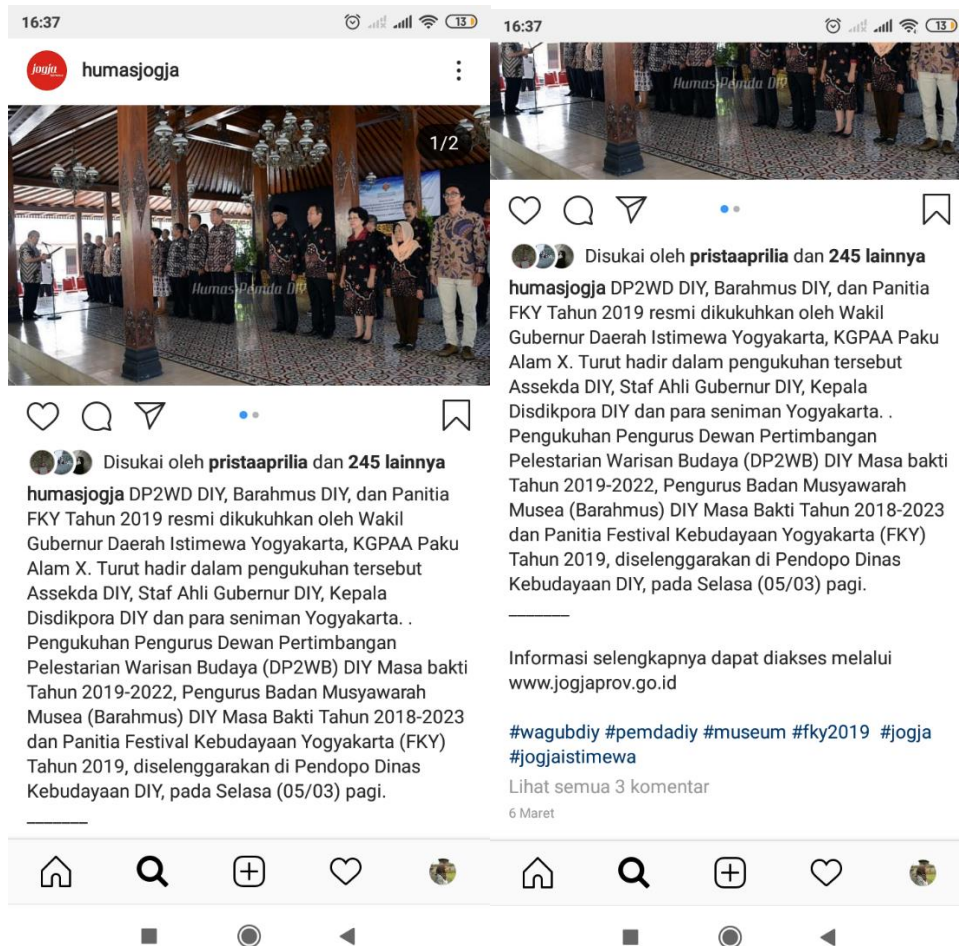
Data hasil peliputan kegiatan Rapat Koordinasi Tim Penggerak Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (TP PKK), yang sudah menjadi naskah beirta kemudian di unggah ke website jogjaprov.go.id. Selanjutnya diperiksa oleh staff bagian PDM humas Pemda DIY. Setelah disetujui, kemudian naska berita di upload di website jogjaprove.go.id.

f) Unggah Instagram

Naskah berita kegiatan Rapat Koordinasi Tim Penggerak Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (TP PKK), yang sudah di

unggah ke *website jogjaprov.go.id*, kemudian di unggah juga ke media sosial instagram @humasjogja. Jadi sebelum di unggah ke media sosial instagram, informasi di unggah terlebih dahulu ke website. Foto yang diunggah di instagram maksimal 10 buah foto. Dan “caption” yang menjadi pendukung informasi di instagram diambil dari “lead” naskah berita yang ada di website. Dengan Hestag #wagubdiy #pkk #pemdadiy #jogja #jogjaistimewa.

4) Publikasi kegiatan Pengukuhan DP2WD DIY, Barahmus DIY, Dan Panitia FKY Tahun 2019 Oleh Wakil Gubernur DIY



Gambar 7

- a) Agenda kegiatan Pengukuhan DP2WD DIY, Barahmus DIY, Dan Panitia FKY Tahun 2019 pada jumat, 5 Maret 2019 di Pendopo Dinas Kebudayaan DIY. Yang sudah di agendakan oleh bagian Publikasi, Domukentasi, Dan Media Massa (PDM) humas pemda DIY

diperoleh dari bagian Protokol pemda DIY. Agenda diinformasikan di papan pengumuman dan diinformasikan staff yang akan bertugas meliput kegiatan tersebut. Dari agenda inilah informasi pemda DIY akan dipublikasikan untuk masyarakat melalui media publikasi pemda DIY.

b) Peliputan/Pengumpulan Data

Penulis mendapatkan tugas untuk meliput kegiatan Pengukuhan DP2WD DIY, Barahmus DIY, Dan Panitia FKY Tahun 2019. Penulis bergabung dengan tim Humas bagaian PDM Biro Umum, Humas, Dan Protokol Pemda DIY, untuk meliputi kegiatan tersebut di lapangan. Kegiatan peliputan berupa pengumpulan data seperti, Foto, Video, dan Wawancara Narasumber.

c) Penulisan Naskah Berita

Dari hasil peliputan , penulis melakukan penulisan naskah berita tentang kegiatan Pengukuhan DP2WD DIY, Barahmus DIY, Dan Panitia FKY Tahun 2019. Naska berita yang telah dibuat oleh penulis berdasarkan data yang peroleh dari penulis saat melakukan liputan kegiatan tersebut.

d) Pemilihan Dan Edit Foto/Video

Setelah dokumentasi foto/Video kegiatan Pengukuhan DP2WD DIY, Barahmus DIY, Dan Panitia FKY Tahun 2019, selanjutnya masuk tahap memilih 2 foto untuk di unggah di media sosial instagram Pemerintah Daerah DIY. Foto sebelum diunggah masuk ke tahap pengeditan, agar hasil foto semaksimal mungkin.

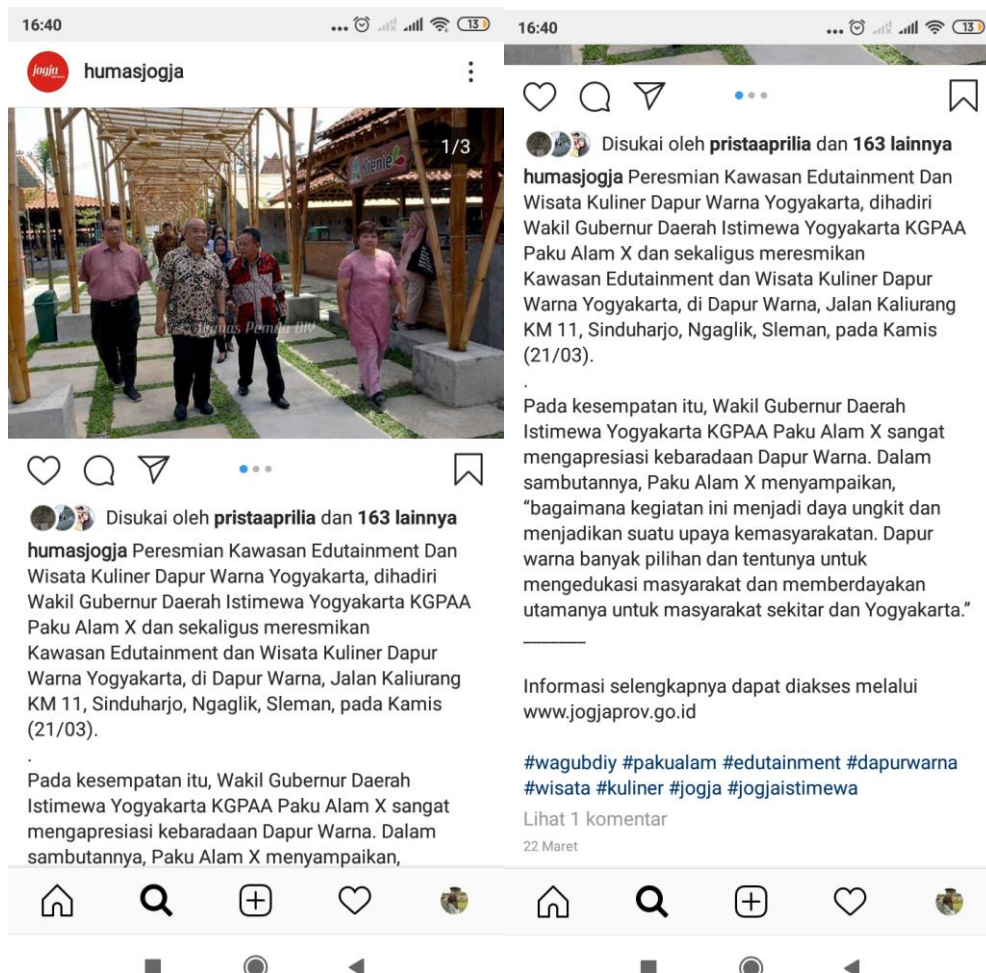
e) Unggah Website

Data hasil peliputan kegiatan Pengukuhan DP2WD DIY, Barahmus DIY, Dan Panitia FKY Tahun 2019), yang sudah menjadi naskah beirta kemudian di unggah ke website jogjaprovo.go.id. Selanjutnya diperiksa oleh staff bagian PDM humas Pemda DIY. Setelah disetujui, kemudian naska berita di upload di website jogjaprove.go.id.

f) Unggah Instagram

Naskah berita kegiatan Pengukuhan DP2WD DIY, Barahmus DIY, Dan Panitia FKY Tahun 2019, yang sudah di unggah ke *website jogjaprov.go.id*, kemudian di unggah juga ke media sosial instagram @humasjogja. Jadi sebelum di unggah ke media sosial instagram, informasi di unggah terlebih dahulu ke website. Foto yang diunggah di instagram maksimal 10 buah foto. Dan “caption” yang menjadi pendukung informasi di instagram diambil dari “lead” naskah berita yang ada di website. Dengan Hestag #wagubdiy #museum #fky2019 #jogja #jogjaistimewa.

5) Publikasi Kegiatan Peresmian Kawasan Edutainment Dan Wisata Kuliner Dapur Warna Yogyakarta Oleh Wakil Gubernur DIY



Gamabar 8

- a) Agenda kegiatan Peresmian Kawasan Edutainment Dan Wisata Kuliner Dapur Warna Yogyakarta Oleh Wakil Gubernur DIY pada Kamis, 21 Maret 2019 di Dapur warna, Jalan Kaliurang KM 11, Sinduharjo, Nganglik, Sleman. Yang sudah di agendakan oleh bagian Publikasi, Domukentasi, Dan Media Massa (PDM) humas pemda DIY diperoleh dari bagian Protokol pemda DIY. Agenda diinformasikan di papan pengumuman dan diinformasikan staff yang akan bertugas meliput kegiatan tersebut. Dari agenda inilah informasi pemda DIY akan dipublikasikan untuk masyarakat melalui media publikasi pemda DIY.
- b) Peliputan/Pengumpulan Data
Penulis mendapatkan tugas untuk meliput kegiatan Peresmian Kawasan Edutainment Dan Wisata Kuliner Dapur Warna Yogyakarta Oleh Wakil Gubernur DIY. Penulis bergabung dengan tim Humas bagian PDM Biro Umum, Humas, Dan Protokol Pemda DIY, untuk meliputi kegiatan tersebut di lapangan. Kegiatan peliputan berupa pengumpulan data seperti, Foto, Video, dan Wawancara Narasumber.
- c) Penulisan Naskah Berita
Dari hasil peliputan , penulis melakukan penulisan naskah berita tentang kegiatan Peresmian Kawasan Edutainment Dan Wisata Kuliner Dapur Warna Yogyakarta Oleh Wakil Gubernur DIY. Naska berita yang telah dibuat oleh penulis berdasarkan data yang peroleh dari penulis saat melakukan liputan kegiatan tersebut.
- d) Pemilihan Dan Edit Foto/Video
Setelah dokumentasi foto/Video kegiatan Peresmian Kawasan Edutainment Dan Wisata Kuliner Dapur Warna Yogyakarta Oleh Wakil Gubernur DIY, selanjutnya masuk tahap memilih 3 foto untuk di unggah di media sosial instagram Pemerintah Daerah DIY. Foto sebelum diunggah masuk ke tahap pengeditan, agar hasil foto semaksimal mungkin.
- e) Unggah Website
Data hasil peliputan kegiatan Peresmian Kawasan Edutainment Dan Wisata Kuliner Dapur Warna Yogyakarta Oleh Wakil Gubernur DIY,

yang sudah menjadi naskah beirta kemudian di unggah ke website jogjaprov.go.id. Selanjutnya diperiksa oleh staff bagian PDM humas Pemda DIY. Setelah disetujui, kemudian naska berita di upload di website *jogjaprove.go.id*.

f) Unggah Instagram

Naskah berita kegiatan Peresmian Kawasan Edutainment Dan Wisata Kuliner Dapur Warna Yogyakarta Oleh Wakil Gubernur DIY, yang sudah di unggah ke *website jogjaprov.go.id*, kemudian di unggah juga ke media sosial instagram @humasjogja. Jadi sebelum di unggah ke media sosial instagram, informasi di unggah terlebih dahulu ke website. Foto yang diunggah di instagram maksimal 10 buah foto. Dan “caption” yang menjadi pendukung informasi di instagram diambil dari “lead”naskah berita yang ada di website. Dengan Hestag #wagubdiy #pakualam#edutainment #dapurwarna #wisata #Kuliner #jogja #jogjaistimewa.

Adapun beberapa naskah kegiatan publikasi yang dibuat oleh penulis pada saat melaksanakan Praktik Kerja Lapangan adalah sebagai berikut :

- 1) Kunjungan Duta Besar Jerman Untuk Indonesia Ke Yogyakarta Untuk Bertemu dengan Gubernur DIY
- 2) Panitia Hari Dwon Sundrome audiensi dengan wakil Gubernur DIY
- 3) Rapat Koordinasi Tim PKK DIY
- 4) Duta Besar RI Untuk Rusia Menemui Gubernur DIY
- 5) Pengukuhan DP2WD, Barahmus, Panitia FKY 2019
- 6) Wakil Gubernur Membukat DIKLAT Kepemimpinan Tingkat III dan IV angkatan II
- 7) JIFFINA Audiensi Dengan Wakil Gubernur DIY
- 8) Merti Malioboro Wujudkan Pemilu 2019
- 9) UPN “Veteren” Negeri Yogyakarta Menggelar SO 1 Maret Fun Bike 2019

- 10) Perencanaan Pembangunan Zona Integritas Menuju Wilayah Bebas Korupsi (BBK) dan Birokrasi Bersih dan Melayani (WBBM)
- 11) Peresmian Kawasan edutainment Dan wisata Kuliner Dapur Warna
- 12) Penandatanganan Kesepakatan antara Pemda DIY dengan pemerintah Provinsi Kepulauan Babel
- 13) Gubernur DIY menerima Audensi Tidar Heritage Foundation
- 14) Kunjungan Kerja Pemerintah Tulungagung , Jawa Timur
- 15) Konferensi Video dengan seluruh Gubernur Di Indonesia untuk memantau kesiapan terakhir penyelenggara Pemilu 2019
- 16) Perhimpunan Spesialis Bedah Saraf Indonesia Audiensi dengan Wakil Gubernur DIY
- 17) Kunjungan Konsulat jenderal Republik Indonesia (KJRI) Shanghai

Dan berikut adalah tabel publikasi kegiatan Pemerintah Daerah DIY yang dibuat oleh penulis dan telah diunggah di media sosial instagram @humasjogja :

NO	NAMA KEGIATAN	TANGGAL KEGIATAN	TANGGAL UNGGAH WEBSITE	TANGGAL UNGGAH INSTAGRAM	JUMLAH LIKE	JUMLAH KOMEN -TAR	JUMLAH PENGIKUT
1	Duta Besar Jerman Kunjungan Ke Yogyakarta Bertemu dengan Gubernur DIY	15- 02 - 2019	15 - 02- 2019	17 - 02- 2019	349	1	32,5 RB
2	Panitia Hari Dwon Syndrom audiensi dengan	25 -02- 2019	25 - 02- 2019	26 - 02- 2019	363	2	32,5 RB

	Wakil Gubernur DIY						
3	Rapat Koordinasi Tim PKK DIY	01 -03 - 2019	01-03 - 2019	04 – 03- 2019	164	-	32,5 RB
4	Duta Besar RI Untuk Rusia menemui Gubernur DIY	04 -03 - 2019	04-03 - 2019	04 -03 - 2019	237	1	32,5 RB
5	Pengukuhan DP2WD DIY, Barahmus DIY, Panitia FKY 2019	05 –03- 2019	05-03-2019	06 -04-2019	246	3	32,5 RB
6	Wakil Gubernur DIY membuka Diklat Kepemimpinan Tingkat III dan Tingkat IV Angkatan II	08 -03-2019	08-03-2019	09-03-2019	146	1	32,5 RB
7	JIFFINA Audiensi dengan Wakil Gubernur DIY	11-03-2019	11-03-2019	12-03-2019	149	4	32,5 RB
8	Merti Malioboro wujudkan Pemilu 2019	12-03-2019	13-03-2109	14-03-2019	108	1	32,5 RB
9	UPN Veteran Yogyakarta Menggelar SO 1	17-03-2019	17-03-2019	18-03-2019	129	1	32,5 RB

	Maret Fun Bike 2019						
10	Pencanangan Pembangunan Zona Intergrasi Menuju Wilayah Bebas Dari Korupsi (WBK) dan Birokrasi Bersih dan Melayani (WBBM)	19-03-2019	19-03-2019	20-03-2019	95	1	32,5 RB
11	Peresmian Kawasan Edutainment Dan Wisata Kuliner Dapur Warna Yogyakarta	21-03-2019	21-03-2019	22-03-2019	164	1	32,5 RB
12	Penandatanganan Kesepakatan antara Pemda DIY denagn Pemerintah Provinsi Kepulauan Babel	22-03-2019	22-03-2019	23-03-2019	88	2	32,5 RB
13	Gubernur DIY menerima Audiensi Tidar Heritage Foundation	28-03-2019	28-03-2019	29-03-2019	204	1	32,5 RB

14	Kunjungan Kerja pemerintah Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur	04-04-2019	04-04-2019	05-04-2019	156	-	32,5 RB
15	Konferensu Video dengan seluruh Gubernur di Indonesia untuk memantau kesiapan terakhir Penyelenggaraa Pemilu 2019	10-04-2019	11-04-2019	12-04-2019	182	-	32,5 RB
16	Perhimpunan Spesialis Bedah Saraf Indonesia Audensi dengan Wakil Gubenur DIY	15-04-2019	15-04-2019	16-04-2019	150	-	32,5 RB
17	Kunjungan Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) Shanghai	26-04-2019	27-04-2019	29-04-2019	95	-	32,5 RB

Tabel 2

D. ANALIS PENULIS

Pada kesempatan ini, penulis akan menganalisis mengenai proses publikasi Kegiatan Pemerintah DIY melalui media sosial instagram dilakukan beberapa tahap. Tahap pertama adalah melihat agenda kegiatan Pemda DIY. Berdasarkan agenda tersebut, Humas dan Protokol Pemda DIY, Khususnya bagian Publikasi Dokumentasi Media Masa (PDM) menyusun agenda untuk melakukan peliputan terhadap kegiatan yang akan dilaksanakan oleh Pemda DIY. Agenda peliputan juga dilengkapi dengan nama-nama staff yang akan bertugas melakukan peliputan. Tahap kedua adalah pengumpulan data/peliputan kegiatan, peliputan yang dilakukan tim yang sudah di jadwalkan sebelumnya, tim terdiri dari 3 bagian yaitu, reporter, fotografer, videografer. Tim yang bertugas melakukan peliputan dari awal kegiatan sampai dengan akhir kegiatan. Hal ini dilakukan untuk pengambilan data di lapangan. Setelah tahap pengambilan data/peliputan selesai dilaksanakan, maka tahapan selanjutnya. Tahap ketiga yaitu pembuatan naskah berita, naskah berita dilakukan berdasarkan data yang diperoleh dari peliputan yang berupa, data hasil wawancara, dokumentasi foto, dan rekaman video. Setelah naskah berita selesai dibuat kemudian didraff ke website, setelah didraff di website maka selanjutnya di cek kembali dari staff humas bagian mengunggah/admin/editor ke website. Tahap keempat pemilihan hasil dokumentasi foto untuk, data pendukung unggahan informasi yang akan dipublikasikan di media publikasi Pemda DIY. sebelum di unggah, foto di edit terlebih dahulu, agar hasil foto semaksimal mungkin. Setelah data-data sudah dikelola, maka selanjutnya tahap kelima yaitu, tahap pengunggahan naskah berita ke website jogjaprov.go.id. Setelah mengunggah berita di website maka selanjutnya tahapan keenam, yaitu berita juga diunggah di media sosial instagram Pemda DIY @humasjogja namun tidak semua berita yang di unggah di website di unggah juga di instagram. Berita yang di unggah di instagram bersifat eksternal atau informasi yang dibutuhkan masyarakat contohnya : (1) Kunjungan Duta Besar Jerman ke Yogyakarta untuk bertemu Gubernur DIY (2) Peresmian Kawasan Edutainment dan Wisata Kuliner Dapur Warna (3) Rapat Koordinasi TP PKK DIY dan berita yang internal yang tidak di publikasikan di instagram seperti (1) Orientasi Panitia SO 1 Maret bertemu dengan Wagub DIY (2) Panitia FKY 2018 bertemu dengan Wagub DIY (3). Tim humas melakukan monitoring terhadap kegiatan publikasi berita yang di unggah ke media publikasi Pemda DIY. Tahapan

tersebut, menunjukkan bahwa tim humas Pemda DIY khususnya bagian PDM secara penuh mengurus publikasi informasi kegiatan Pemda DIY yang ada di media publikasi, khususnya media sosial instagram @humasjogja.

Berdasarkan Peraturan Gubernur DIY Nomor 1 Tahun 2018, salah satu upaya peran humas pemerintah adalah melakukan penerangan atau menjembatani dalam menginformasikan tentang apa yang telah diupayakan yang dilakukan oleh suatu instansi atau lembaga pemerintahan yang bersangkutan. Publikasi kegiatan yang dilakukan oleh Tim Humas Pemda DIY terhadap masyarakat merupakan wujud peran humas Pemda DIY dalam memberikan informasi kepada masyarakat terkait dengan kegiatan yang dilakukan Pemda DIY.

Informasi yang disampaikan oleh Tim Humas Pemda DIY kepada masyarakat sebagai bentuk transparansi pemerintah yang bertujuan untuk menciptakan, memelihara, dan meningkatkan citra positif baik dari pemerintah kepada masyarakat. Kegiatan Pemda DIY dipublikasikan kepada masyarakat sebagai bentuk informasi untuk masyarakat. Dan menjadi bentuk pengawasan masyarakat terhadap setiap kegiatan Pemda DIY.

Publikasi kegiatan Pemda DIY yang dilakukan Tim Humas Pemda DIY merupakan wujud pelaksanaan dalam tugas humas dalam memberikan penerangan atau menjembatani dalam menginformasikan tentang apa yang telah diupayakan yang dilakukan oleh suatu instansi/lembaga pemerintahan yang bersangkutan. Publikasi ini dilakukan untuk mewujudkan hubungan yang memuaskan antara pemerintah daerah DIY dengan masyarakat.

Media yang digunakan oleh Humas Pemda DIY untuk mempublikasikan informasi meliputi media cetak maupun media elektronik. Humas Pemda DIY menggunakan media online untuk kegiatan publikasi informasi tentang kegiatan-kegiatan Pemda DIY kepada Masyarakat. Humas Pemda DIY menggunakan media sosial *Instagram*, yaitu dengan nama akun @humasjogja, instagram Pemda DIY ini berisi informasi kegiatan-kegiatan yang dilakukan dari Pemda DIY dan informasi lain yang berkaitan dengan kebijakan/program dari Pemda DIY.

Melalui media sosial *instagram* Tim Humas Pemda DIY berusaha semaksimal dalam menyampaikan informasi. Humas Pemda DIY berusaha selalu mengunggah informasi yang baru pada *instagram* agar masyarakat selalu menerima informasi yang masih baru belum basi. *Instagram* adalah media kedua publikasi

setelah website, adanya *instagram* membuat media website lebih efektif atau membuat masyarakat lebih banyak mengunjungi website, dengan target 30.000 *views*/3 bulan dan adanya media *instagram* membuat *views* bertambah dua kali lipat atau 60.000 *views*/ 3 bulan. Berdasarkan tujuan Humas Pemda DIY dalam mempublikasikan kegiatan dan kebijakan/program Pemda DIY dikatakan bahwa peran Humas Pemda DIY dalam mempublikasikan kegiatan dan program/kebijakan pemerintah melalui media online, maka Pemda DIY melakukan publikasi melalui media sosial *instagram* sudah berhasil. Keberhasilan Pemda DIY dalam mempublikasikan dapat dilihat sebagai berikut :

- 1) *Instagram* menjembatani ke website untuk penyebarluasan informasi ke masyarakat
- 2) Publikasi informasi yang sama website dengan media sosial *instagram*, jadi menambahnya viewer website.
- 3) Informasinya lebih cepat *update*, dan masyarakat yang menerima informasinya lebih banyak dari platform media sosial lain.
- 4) Terjadinya komunikasi dua arah, antara Pemda DIY dengan masyarakat.
- 5) *Instagram* membuat masyarakat lebih santai untuk berkomunikasi dan menuangkan aspirasi masyarakat dibandingkan dengan website yang dianggap lebih formal.

Keberhasilan publikasi ini tidak terlepas dari upaya yang dilakukan Humas Pemda DIY dalam proses publikasi kegiatan Pemda DIY itu sendiri dan kerjasama dengan media online lainnya, serta kerjasama dengan instansi pemerintah yang lain. Selain memperoleh keberhasilan, proses publikasi kegiatan pemda DIY di media sosial *instagram* juga menunjukkan beberapa kekurangan sebagai berikut :

- 1) Kurangnya personil yang mengelolah publikasi pada *instagram*, sehingga satu orang melakukan dua jenis pekerjaan atau lebih.
- 2) Kurangnya feedback dari masyarakat atas informasi yang di unggah di *instagram*.
- 3) Kurangnya Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam pelaksanaan proses publikasi.

- 4) Kurangnya standar waktu yang sudah ditentukan untuk mengatur proses pengunggahan informasi dari website ke instagram.

Tabel Kegiatan Internal dan External Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta :

Nomor	Nama Kegiatan	Tanggal Kegiatan	Kegiatan Internal	Kegiatan External	Publikasi Website	Publikasi Instagram
1	Orientasi panitia SO 1 Maret bertemu dengan Wagub DIY	11-02-2019	✓		✓	
2	Panitia FKY 2019 Audiensi dengan Wagub DIY	12-02-2019	✓		✓	
3	Panitia Peluncuran Buku Paku Alam V bertemu dengan Wagub DIY	14-02-2019	✓		✓	
4	Duta Besar Jerman kunjungan ke Yogyakarta untuk bertemu dengan Gubernur DIY	15-02-2019	✓		✓	✓
5	Kunjungan Kerja Studi Komperatif	19-02-2019				

	Implementasi SPIP kabupaten Lima Puluh Kota			✓	✓	✓
6	Acara KPK dan Kunjungan Bupati Kulonprogo	20-02-2019		✓	✓	✓
7	Panitia Hari Down Syndrom bertemu dengan Wagub DIY	25-02-2019		✓	✓	✓
8	Rapat Koordinasi TP PKK DIY	01-03-2019		✓	✓	✓
9	Pengukuhan DP2WP, Barahmus, Panitia FKY 2019	05-03-2019		✓	✓	✓
10	Pembukan DIKLAT TIM II oleh Wagub DIY	08-03-2019		✓	✓	✓
11	Panitia JIFFINA Audiensi	11-03-2019		✓	✓	✓

	dengan Wagub DIY					
12	Nampak Tilas SO 1 Maret, Fun Bike	17-03- 2019		✓	✓	✓
13	Penandatanganan Dokumen Piagam Fakta Intergritas di Pengadilan Tinggi YK	19-03- 2019		✓	✓	✓
14	Peresmian Kawasan edutainment dan wisata kuliner dapur warna	21-03- 2019		✓	✓	✓
15	Tidar Heritage Foundation Audiensi dengan Gubernur DIY	28-03- 2019		✓	✓	✓
14	Kunjungan KPW BI dengan Wagub DIY	29-03- 2019	✓		✓	
15	Kunjungan SEKDA kabupaten Tulungagung	04-04- 2019		✓	✓	✓
16	Perhimpunan Dokter Bedah	15-04- 2019		✓	✓	✓

	Saraf dengan Wagub DIY					
17	TPID ke Pasar Wates	16-04-2019		✓	✓	
18	Pengajian Isra Miraj Pemda DIY	24-04-2019	✓		✓	
19	Upacara Hari OTDA XXIII 2019	25-04-2019		✓	✓	✓
20	KJRI Shanghai Kunjungan ke Sekda DIY	26-04-2019		✓	✓	✓

Tabel 3

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pada pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Proses publikasi kegiatan Pemda DIY menjadi informasi di media sosial instagram @humasjogja melalui enam tahap, yaitu (1) agenda kegiatan, (2) peliputan atau pengumpulan data, (3) penulisan naskah berita, (4) pemilihan dan pengeditan foto/video, (5) pengunggahan di website, (6) pengunggahan di instagram.
2. Media instagram Pemda DIY @humasjogja sebagai sarana publikasi kegiatan Pemda DIY.
3. Informasi yang dibuat dan dipublikasikan berdasarkan data-data kegiatan Pemda DIY yang meliputi segala bentuk kegiatan yang berkaitan dengan Pemerintah DIY.
4. Informasi di instagram Pemda DIY bermanfaat bagi banyak pihak. Berdasarkan keberhasilan Humas Pemda DIY dalam mempublikasikan informasi di instagram adalah sebagai berikut :
 - a. Instagram sebagai media kedua untuk menjembatani ke website dalam penyebarluasan informasi ke masyarakat
 - b. Publikasi informasi yang sama website dengan media sosial instagram, sehingga membuat *viewer* website bertambah.
 - c. Informasi yang disampaikan di instagram lebih cepat *update*, dan masyarakat yang menerima informasinya lebih banyak dari platform media sosial lain.
 - d. Instagram membuat masyarakat lebih santai untuk berkomunikasi dan menuangkan aspirasi masyarakat dibandingkan dengan website yang dianggap lebih formal.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan tersebut dan selama penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di Biro Umum Humas dan Protokol Sekretariat Daerah DIY, saran yang dapat diberikan dan diharapkan penulis adalah sebagai berikut :

1. Dalam proses pengunggahan dari website ke instagram sebaiknya ada standar waktu, agar tim humas dalam melakukan pengunggahan lebih efektif.
2. Dalam menjalankan liputan kegiatan ada sebaiknya, masing-masing tim melakukan komunikasi antar dan sesama tim agar kerjasama dapat berjalan dengan baik dalam melaksanakan tugas.
3. Kurangnya personil dalam pengelolaan media sosial sehingga staff humas harus mengelolah media sosial lebih dari dua media sosial hendaknya, lebih terkoodinir mengingat staff yang terbatas, agar staff dapat bekerja lebih efektif dan efesien.
4. Kurangnya alat dalam kegiatan liputan, sehingga membuat, kesulitan tim humas saat melaksanakan tugas karena harus bergantian, hendaknya lebih baik untuk menambah alat liputan seperti, kamera dan alat recorder.

DAFTAR PUSTAKA

A. Sumber Buku

Cultip, Center, Broom, 2006. *Effective Public Relations*, Jakarta : Kencana

Effendy, Onong Uchjana, 2003, Ilmu, teori, filsafat komunikasi, Bandung :

Citra Aditya Bakti

Jefkins, Frank, 1992, *Public Relations*, Jakarta : Erlangga.

McQuail, D, 2011, Teori Komunikasi Massa, Jakarta: Salemba Humanika

Muis, 1999, Jurnalistik Hukum Komunikasi Massa, Jakarta: PT. Dharu Annutama

Nasrullah, 2014, Teori dan Riset Media Cyber, Jakarta: Prenadameida Group

Nurdin, 2012, Media sosial baru, Yogyakarta : Mata Padi Pressindo

Onong Uchjana Effendy, 1993, *Human Relations dan Public Relations*, Bandung :
PT. Remaja Rosdakarya.

Suprawoto, *Government Public Relations*, Jakarta : Prenadamedia Group

B. Sumber Lain

Winarso, <https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>, tanggal 20 september 2016

Tasyadesi, <http://blogspot.com/peran-publikasi-dalam-public-relations>, maret 2017

Tecno, <https://okezone.com//instagram-punya-fitur-baru-stories-highlights-apa-itu>, 06 desember 2017