

---

**THE ROLE OF THE PALU CITY PUBLIC RELATION OFFICERS IN THE FESTIVAL PALU  
NOMONI IN MAINTAINING IMAGE OF PALU CITY**

**PERANAN HUMAS PEMDA KOTA PALU PADA EVENT FESTIVAL PESONA PALU  
NOMONI DALAM MENJAGA CITRA KOTA PALU**

**ALDIMAS D. SAMPOERNO<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako

*E-mail: romanticslover.rs@gmail.com*

Naskah diterima : 25 Mei 2018 Naskah diterbitkan: 29 Juni 2018

**ABSTRACT**

Palu City at the Palu Nomoni Festival event in maintaining the image of Palu City. The Palu Nomoni Festival Event has been held in two editions in 2016 and 2017 in Palu City. In those two editions things were still found which were feared to damage the image of Palu City as the host of the event. How does government public relations play a role in maintaining the image of Palu City at the event. The type of research that will be used in this research is qualitative descriptive research, namely research that aims to make a systematic, factual and accurate description that describes the events that occur in the field, related to the role of the local government of Palu City at the Palu Nomoni Festival event. The subjects of this study were 4 (four) informants with the consideration that the appointed informants were representatives who could provide accurate information in accordance with the needs and objects of the study. There are 4 (Four) roles of public relations according to Dozier and Broom which are key research theories. The results of the study show that out of the 4 (Four) theories of public relations roles only 2 (two) are run quite well so that it can be said that public relations efforts in maintaining the image of Palu City regarding the image of the Palu Nomoni Festival have not been optimal.

**Keywords :** PR role, Palu Nomoni, image

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan tentang peranan humas pemda Kota Palu pada event Festival Pesona Palu Nomoni dalam menjaga citra Kota Palu. Event Festival Pesona Palu Nomoni telah diselenggarakan sebanyak dua edisi pada 2016 dan 2017 di Kota Palu. Dalam dua edisi tersebut masih ditemukan hal-hal yang ditakutkan merusak citra Kota Palu selaku tuan rumah acara. Bagaimana humas pemerintah berperan dalam menjaga citra Kota Palu pada event tersebut. Tipe penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, yakni penelitian yang bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat yang menggambarkan kejadian yang terjadi di lapangan, terkait dengan peranan humas pemda Kota Palu pada event Festival Pesona Palu Nomoni dalam menjaga citra Kota Palu. Subjek penelitian ini ialah 4 (Empat) orang informan dengan pertimbangan bahwa informan yang ditunjuk adalah representatif yang dapat memberikan informasi akurat sesuai dengan kebutuhan dan objek penelitian. Terdapat 4 (Empat) peranan humas menurut Dozier dan Broom yang menjadi teori kunci penelitian. Adapun hasil penelitian ditunjukkan bahwa dari 4 (Empat) teori peranan humas hanya 2 (dua) yang dijalankan dengan cukup baik sehingga dapat dikatakan bahwa upaya humas dalam menjaga citra Kota Palu terkait event Festival Pesona Palu Nomoni belum maksimal.

**Kata Kunci :** Peran Humas, Palu Nomoni, Citra

## A. PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara dengan berbagai macam ragam budaya yang unik, khas dan dinilai memiliki daya tarik tersendiri yang membuat banyak orang kagum serta takjub dengan banyaknya varian budaya tersebut. Indonesia memiliki kekayaan alam yang berlimpah, begitupun dengan adat istiadatnya. Kebhinekaan yang dimiliki Indonesia menciptakan keragaman suku, budaya, dan bahasa. Setiap daerah memiliki kekayaannya masing-masing. Sampai dengan November 2017, Indonesia tercatat memiliki 35 provinsi yang secara resmi berada dalam naungan pemerintahan Republik Indonesia. Masing-masing provinsi tersebut memiliki ciri khas kebiasaan dan budaya yang berbeda-beda, dari hal paling mendasar seperti bahasa misalnya, Indonesia adalah negara yang memiliki bahasa daerah yang cukup banyak, di tiap provinsi memiliki bahasa daerahnya masing-masing.

Sebagai contoh, di Pulau Jawa terdapat beberapa provinsi seperti Jawa Barat, Jawa Tengah dan Jawa Timur, uniknya meskipun ke tiga Provinsi tersebut sama-sama terletak di Pulau Jawa, namun ketiganya memiliki bahasa daerahnya masing-masing. Itu jika kita hanya membahas masalah bahasa, di Indonesia masih ada sangat banyak budaya-budaya yang menarik untuk dibicarakan. Budaya adat istiadat, perilaku-perilaku, bahasa verbal dan nonverbal, kuliner atau masakan hingga karya-karya seni; seperti tarian, nyanyian, peninggalan-peninggalan sejarah seperti rumah adat dan lain-lain yang sangat banyak jumlahnya. Hal inilah yang menjadi salah satu

bukti akan kekayaan negeri Republik Indonesia.

Kota Palu adalah Ibukota Provinsi Sulawesi Tengah yang memiliki varian budaya dan pariwisata yang beraneka ragam, khas dan menarik untuk diketahui. Mulai dari suku, bahasa, pakaian adat tradisional, rumah adat, tarian-tarian, senjata tradisional, lagu-lagu daerah dan hal lainnya yang memiliki nilai sentimental yang kuat. Ada berbagai macam cara yang bisa dilakukan untuk meningkatkan citra suatu daerah. Misalnya, pemerintah membuat kegiatan yang bertemakan budaya dan kearifan lokal. Dengan mengadakan kegiatan-kegiatan seperti ini, tentu secara otomatis seluruh pihak yang terlibat turut mendeklarasikan budaya kepada dunia. Kegiatan-kegiatan tersebut juga bisa menjadi sarana promosi kepada masyarakat luas terkait ragam budaya dan keunikan serta ciri khas daerah masing-masing. Hal ini semakin didukung dengan era digital di mana semua hal bisa diliput, diberitakan dan disebar luaskan sehingga infomasinya bisa sampai kepada siapa saja dan di mana saja.

Festival Pesona Palu Nomoni adalah salah satu event bertaraf internasional yang telah diselenggarakan dalam dua tahun terakhir. Antusias masyarakat Palu dari kegiatan sebelumnya, yaitu Festival Teluk Palu yang melatarbelakanginya. Festival Teluk Palu sendiri rutin digelar sejak 2008 dalam rangka menyambut ulang tahun Kota Palu. Festival tersebut berganti nama dengan menambahkan bahasa lokal yakni "nomoni" diambil dari bahasa etnis kaili yang berarti bergema atau

berbunyi. Salah satu tujuan praktis Festival Pesona Palu Nomoni ini adalah untuk meningkatkan citra Kota Palu.

Festival Pesona Palu Nomoni merupakan terbitan pemerintah Kota Palu. Ditemui secara khusus, Pak Gunawan selaku Kabid Destinasi Dinas Pariwisata Kota Palu menjelaskan bahwa dalam riwayatnya, Festival Pesona Palu Nomoni adalah event yang diselenggarakan pada bulan September di pesisir teluk Kota Palu dengan durasi kurang lebih 5 hari. "Dengan memperkenalkan serta melestarikan adat dan budaya, melalui event ini pemerintah berupaya menanamkan citra terbaik untuk wisatawan nusantara maupun mancanegara" tutur Walikota Palu, Hidayat ([www.palunomoni.com](http://www.palunomoni.com)).

Namun sekali lagi tujuan sering tak sesuai realita. Sebab dari dua edisi terakhir masih banyak kekurangan yang juga merusak citra Kota Palu sebagai penyelenggara sekaligus tuan rumah. Pada Festival Pesona Palu Nomoni edisi pertama misalnya; pembukaan acara yang lamban, peniup lalove (seruling) dan penabuh gimbah (gendang) yang tak jadi tampil, hingga penyerahan hadiah jawara lari marathon yang tertunda.

Festival Pesona Palu Nomoni edisi dua pun tak luput dari masalah, penyerahan hadiah untuk vocal grup juga tertunda. Terdapat pula masalah klasik seperti biaya pengamanan kendaraan (parkir) yang melonjak.

Adapun temuan peneliti terkait hal yang ditakutkan dapat merusak citra Kota Palu sebagai berikut: Berita online yang diangkat

MetroSulawesi.com pada 26 September 2016, dengan judul "Memalukan, Pemenang Lomba Marathon FPPN Tidak Langsung Terima Hadiah", MetroSulawesi.com pada 1 November 2016, judul berita "Setengah Total Hadiah Palu Nomoni International Marathon Bakal Diterima Pelari Lokal", SultengRaya.com pada 4 November 2016, dengan judul "Hadiah Pemenang Marathon Dibatalkan" & "Cita Palu Nomoni Tercemar". Pada 2 November 2017 RadarSultengOnline.com juga mengangkat berita dengan judul "Sudah Sebulan, Hadiah Palu Nomoni Belum Cair".

Menanggapi hal tersebut, Bapak Hidayat selaku Walikota Palu, ketika dimintai keterangan sejumlah pers: "Ke depan panitia bisa lebih siap dan lebih matang dalam mempersiapkan seluruh rangkaian acara sehingga FPPN menjadi agenda tahunan yang bisa dibanggakan, dan semoga saja FPPN menjadi agenda nasional, ini yang harus kita gemakan" tutur Walikota Palu, Hidayat ([www.sultengraya.com](http://www.sultengraya.com)).

Humas merupakan bagian dari struktur kerja dalam organisasi yang memiliki tugas membangun hubungan komunikasi yang baik antara organisasi tersebut dengan berbagai pihak di luar organisasi. Kegiatan humas di pemerintah daerah Kota Palu meskipun tidak dielu-elukan namun dalam realitanya sangat penting peranannya, terutama dalam membangun hubungan dan membentuk citra positif bagi Kota Palu. Sebagai pemberi informasi kepada publik, humas pemerintah Kota Palu tersebut mempunyai tugas penting yaitu memberikan informasi kepada masyarakat luas terkait program-program

maupun kralifikasi terhadap krisis. Untuk melakukan hal tersebut bukanlah hal mudah, karena setiap informasi harus secara rutin diinformasikan dan secara merata dapat disebar luaskan kepada seluruh masyarakat yang ada di wilayah Provinsi Sulawesi Tengah.

Event merupakan salah satu instrumen komunikasi yang banyak dimanfaatkan oleh perusahaan untuk memperkenalkan diri kepada khalayaknya. Penyelenggaraan event oleh instansi atau perusahaan biasanya dilakukan dalam bentuk sponsorship. Oleh karena itu, pelaksanaan event sebaiknya dilakukan dengan perencanaan matang agar tujuan perusahaan dalam menyelenggarakan event tersebut dapat tercapai. Sedangkan festival adalah hari atau pekan gembira dalam rangka peringatan peristiwa penting dan bersejarah misalnya pesta rakyat.

## B. TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Peran Komunikasi Dalam Membangun Citra

Komunikasi merupakan kegiatan yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari manusia. Komunikasi memainkan peran penting bagi manusia untuk dapat berinteraksi dan berhubungan satu sama lain. Kata komunikasi atau communication dalam bahasa inggris berasal dari bahasa latin communis yang berarti "sama", communico, communication atau comunicare yang berarti "membuat sama" (to make common). Istilah pertama (comunis) adalah istilah yang paling sering sebagai asal usul komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya (Mulyana, 2005:4).

Menurut Abdurachman (1995: 30) "komunikasi merupakan pesan yang disampaikan oleh komunikator agar dapat dimengerti komunikan, sehingga komunikator akan mengetahui bagaimana reaksi dan respon dari komunikan terhadap pesan yang disampaikan". Lebih lanjut Rachmadi (1992: 62) menyatakan bahwa, "komunikasi merupakan proses di mana penyampaian atau pengiriman pesan dari sumber kepada satu atau lebih penerima dengan maksud untuk mengubah perilaku dan sikap penerima pesan."

Sependapat dengan pengertian di atas, Onong Uchjana Effendy secara paradigmatis berpendapat bahwa, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tak langsung; lewat media (Effendy, 2006: 5).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian citra adalah (1) kata benda: gambar, rupa, gambaran; (2) gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk; (3) kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi; (4) data atau informasi di lapangan untuk bahan evaluasi.

Berdasarkan pengertian di atas, kepiawaian berbahasa menjadi salah satu modal utama dalam berkomunikasi. Jadi, pada dasarnya komunikasi berperan dalam membangun citra.

## 2. Pengertian Humas

Humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasi sedemikian rupa sebagai suatu rangkaian program terpadu dan semua itu berlangsung berkesinambungan dan teratur. Hal tersebut dilakukan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*goodwill*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya. Humas disebut juga *public relations* (Anggoro, 2005: 9).

Secara etimologis humas atau *public relations* terdiri dari dua kata; *public* dan *relations*. *Public* berarti publik atau masyarakat; dan *relations* adalah hubungan-hubungan. Maka, *public relations* adalah hubungan-hubungan dengan publik atau masyarakat (Suhandang, 2004: 9).

Humas atau *public relations* adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan bersama antara organisasi dengan publiknya- menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan atau permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi *miss communication* dengan teknis komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama (Ruslan, 2008: 16).

Adapun pendapat lain bahwa hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan

baik yang bermanfaat antara perusahaan dengan publik dan mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan (Broom, 2005: 6).

Istilah *Public Relation* sebenarnya baru dikenal pada abad ke 20, namun gejalanya sudah tampak sejak abad-abad sebelumnya, bahkan sejak manusia masih primitif. Unsur-unsur dasarnya memberikan informasi, membujuk dan mengintegrasikan khalayak selalu tampak dalam kehidupan masyarakat sejak zaman dahulu. Di zaman purbakala orang berhubungan dengan orang lain yang berjauhan tempatnya melalui tanda-tanda berupa asap api di atas gunung atau tabuhtabuhan, tiada lain untuk menarik perhatian dari orang lain atas dasar memelihara hubungan baik dengan sesama. Prinsip *public relation* telah pula dilakukan oleh orang-orang Yunani dan Romawi dengan dasar-dasar *vox populi* (suara rakyat) dan *republica* (kepentingan umum) (Suhandang, 2004: 16).

Istilah *public relation* pertama kali diperkenalkan oleh Ivy Ledbetterly pada tahun 1906. Gagasan Lee yang ditampilkan saat itu adalah apa yang dinamakan olehnya *declarations of particples* yang membuat asas khalayak tidak dapat diabaikan oleh manajemen industri dan dianggap bodoh oleh pers (Effendy, 2003: 106). Menurut Jeffkins yang dikutip oleh Rachmadi (1994: 18), dalam bukunya *Public relation* dalam teori dan praktek menyatakan bahwa humas adalah sesuatu yang menerangkan keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu yang keluar maupun yang ke dalam, antara suatu organisasi dan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan spesifikasi yang berdasarkan pada saling pengertian.

Soemirat dan Ardianto (2004: 13), berpendapat bahwa public relation merupakan fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara alur komunikasi, pengertian, dukungan, serta kerja sama suatu organisasi atau perusahaan dengan publiknya dan ikut terlibat dalam menangani masalah-masalah atau isu-isu manajemen. Public relation membantu manajemen dalam penyampaian informasi dan tanggap terhadap opini publik. Public relation secara efektif membantu manajemen memantau berbagai perubahan.

IPRA/ International Public Relation Assosiation mendefinisikan public relation adalah fungsi manajemen dari ciri-ciri yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau negara untuk memperoleh pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini publik di antara mereka. Untuk mengaitkannya, sedapat mungkin kebijaksanaan dan prosedur yang mereka pakai untuk melakukan hal itu direncanakan dan disebarlanlah informasi yang lebih produktif dan pemenuhan keinginan bersama yang lebih efisien (Ardianto, 2009: 10).

Dari definisi di atas, peneliti mengambil kesimpulan bahwa pengertian public relation adalah manajemen yang membangun suatu hubungan dan ikatan antara organisasi dengan publiknya dalam jangka panjang maupun pendek sehingga tercapai suatu tujuan yang diinginkan bersama. Tugas public relation tidaklah hanya sekedar berkomunikasi dengan publiknya, tetapi juga turut mencapai tujuan dari organisasi tersebut.

Public relation itu sendiri berperan besar dalam mengubah perilaku publik juga menciptakan opini publik yang positif tentang perusahaan tersebut.

Publik relation merupakan fungsi manajemen dan dalam struktur organisasi public relation merupakan salah satu bagian atau divisi dari organisasi. Karena itu, tujuan public relation sebagai bagian atau divisi dari organisasi tentu saja tidak dapat lepas dari tujuan organisasi sendiri (Iriantara, 2005: 56-57).

### 3. Peranan Humas

Pada posisi pemerintah, humas harus memahami apa yang telah, sedang, dan akan dilakukan oleh pemerintah termasuk di dalamnya kebijakan program, tingkat capaian serta persoalan yang dihadapi. Sedangkan di posisi masyarakat humas harus mampu memahami karakteristik dan dinamika masyarakat (Ruslan, 2008: 21).

Peranan umum humas atau public relations di dalam manajemen suatu organisasi atau perusahaan yaitu mengevaluasi sikap dan opini publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur organisasi perusahaan dengan kepentingan publiknya, merencanakan dan melaksanakan kegiatan aktivitas public relations (Ruslan, 2008: 22).

Menurut Lattimore (2010) ada empat model humas yang selalu diterapkan, yaitu:

1. Model press agency (agen pemberitaan) yaitu menggambarkan

bagaimana informasi bergerak satu arah dari organisasi menuju publik.

2. Model informasi publik; yaitu model yang menggambarkan bagaimana humas bertugas memberitahu publik. Model ini selalu dipraktikkan oleh humas pemerintah, lembaga pendidikan dan organisasi nirlaba.

3. Model asimetris dua arah; yaitu memandang humas sebagai kerja persuasi ilmiah yang menggunakan hasil riset untuk mengukur dan menilai publik.

4. Model simetris dua arah; yaitu sebuah model yang menggambarkan sebuah orientasi humas di mana organisasi dan publik saling menyesuaikan diri.

Peranan humas pemerintah adalah untuk memberikan sanggahan mengenai pemberitaan yang salah dan merugikan pemerintah, dan mengkomunikasikan atau menginformasikan berbagai kebijakan pemerintah kepada masyarakat. Hal ini bertujuan untuk membentuk citra positif pemerintah daerah tersebut di mata publiknya. Pentingnya peran humas instansi dan lembaga pemerintah dalam masyarakat modern yaitu dalam melakukan kegiatan-kegiatan dan operasinya di berbagai tempat, berbagai bidang. Teknik yang digunakan dalam humas pemerintahan tidak ada bedanya dengan teknik yang digunakan humas di bidang lain, yaitu penyampaian informasi dan komunikasi (Moore, 2004: 25). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa peranan humas pemerintah yaitu memberikan informasi dan penjelasan kepada khalayak

atau publik mengenai kebijakan dan langkah-langkah maupun tindakan yang diambil oleh pemerintah, serta mengusahakan tumbuhnya hubungan yang harmonis antara lembaga organisasi dengan publiknya dan memberikan pengertian kepada publik tentang apa yang dikerjakan oleh pemerintah di mana humas itu berada atau berperan. Menurut Dozier dan Broom (Kusumastuti, 2002: 24) bahwa peranan humas dibagi menjadi empat katagori yaitu:

1. Penasehat ahli (Expert Prescriber Communication)

Seorang public relation atau humas sudah dianggap ahli dan juga sangat berpengalaman serta memiliki kemampuan yang tinggi. Seorang humas dapat menasehati seorang pimpinan perusahaan atau top manajemen, yang mana hubungan mereka diibaratkan seperti hubungan dokter dengan pasiennya. Sehingga seorang humas dapat membantu memecahkan permasalahan yang tengah dihadapi perusahaan.

2. Fasilitator komunikasi (Communication Fasilitator)

Peranan petugas humas sebagai fasilitator komunikasi antara perusahaan atau organisasi dengan publik baik itu dengan publik internal maupun dengan publik eksternal. Istilah yang paling umum adalah sebagai jembatan komunikasi antar publik dengan perusahaan atau organisasinya.

3. Fasilitator proses pemecahan masalah (Problem Solving Process Fasilitator)

Seorang humas bertindak sebagai fasilitator dalam proses pemecahan masalah. Pada peranan ini tugas humas melibatkan diri atau dilibatkan dalam setiap manajemen (krisis). Seorang humas menjadi anggota tim, bahkan bila memungkinkan menjadi leader dalam penanganan krisis manajemen.

4. Teknisi komunikasi (Communication Technical)

Petugas humas dianggap sebagai pelaksana teknis komunikasi. Ia menyediakan layanan di bidang teknis, sementara kebijakan dan keputusan teknik komunikasi yang akan digunakan bukan merupakan keputusan petugas humas melainkan keputusan manajemen dan praktisi humas yang melaksanakannya.

Seorang humas atau public relation harus memiliki kemampuan bergaul atau membina hubungan dan bekerjasama dengan publik yang berbeda-beda termasuk publik dari berbagai tingkatan agar saling mengenal antar publik dengan organisasi, lembaga maupun perusahaan. Hanya dengan dukungan dan bantuan publik-publik di sekitarnya, suatu perusahaan ataupun organisasi dapat mencapai tujuannya. Dukungan dan bantuan dapat diperoleh kalau dapat diciptakan kerjasama dan saling membantu di antara publik-publik di sekitar perusahaan atau di luar dari perusahaan. Dengan adanya saling

percaya satu sama lain, maka terciptalah dukungan yang baik dan harmonis.

### C. METODE PENELITIAN

Tipe penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yaitu teknik analisa yang memberikan informasi hanya mengenai data yang diamati dan tidak bertujuan menguji hipotesis serta menarik kesimpulan yang digeneralisasikan terhadap populasi. Tujuan deskriptif hanya menyajikan dan menganalisa data agar bermakna dan komunikatif. Penelitian deskriptif yaitu data-data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka sehingga laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut. Dasar penelitian yang digunakan dalam penelitian dalam ini adalah analisis sumber. Penelitian ini akan dilakukan berdasarkan metode studi komunikator yaitu studi mengenai komunikator sebagai individu maupun institusi (Kriyantono 2006:12). Komunikator yang dimaksud dalam penelitian ini adalah empat orang pejabat humas pemda Kota Palu. Keempatnya dipilih karena dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti terkait dengan peranan humas pemda Kota Palu pada event Festival Pesona Palu Nomoni dalam menjaga citra Kota Palu.

### D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Arti kata peranan adalah tindakan yang dilakukan oleh seseorang, organisasi atau kelompok dalam suatu peristiwa. Dalam hal ini, jika ditujukan pada hal yang bersifat kolektif, peranan memiliki makna sesuatu

yang memiliki arti positif dan diharapkan akan mempengaruhi sesuatu yang lain. Menurut KBBI, peranan bersinonim dengan pengaruh. Pengaruh berarti daya yang ada atau timbul dari sesuatu yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.

Jika kembali dikaitkan dengan sesuatu yang bersifat kolektif di dalam masyarakat, maka pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari organisasi yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan masyarakat. Makna peranan secara implisit menunjukkan kekuatan. Kekuatan tersebut berlaku secara internal maupun eksternal terhadap individu atau kelompok yang menjalankan peranan tersebut.

Pada dasarnya yang memegang peranan dalam tatanan kenegaraan adalah pemimpin. Dalam hal ini untuk wilayah Sulawesi Tengah, ada Gubernur lalu kemudian Walikota dan Bupati. Tak sampai di situ, untuk menunjang kinerja dan stabilitas sangat dimaklumi bahwa pemimpin memiliki perangkat bantu dalam bentuk satuan kerja yang terkoordinir dengan baik. Akan mudah bagi pemimpin mencapai tujuan bersama apabila ditunjang seperangkat alat bantu yang professional.

Adapun pandangan lain tentang peranan, bahwa pengertian peranan adalah kehadiran di dalam menentukan suatu proses keberlangsungan. Peranan yang peneliti maksudkan dalam penelitian ini, adalah bagaimana peranan suatu kelompok kerja terkait suatu hal, yang dirasa menyinggung kinerja mereka. Apakah peranan dilakukan secara maksimal atau isapan jempol belaka.

Untuk itu, peneliti mencoba merangkum hasil penelitian sedemikian rupa agar hal tersebut terjawab, sebagaimana adanya.

Menurut peneliti, humas – secara umum memiliki beberapa pengertian praktis yang wajib diketahui. Pertama, humas dibedakan menjadi 2 hal; jika dipandang dari sudut pemerintahan, humas adalah satuan kelompok kerja. Kelompok kerja yang terdiri dari beberapa orang yang mengemban tugas satu sama lain menjadi satu keutuhan. Sebaliknya, jika humas bergerak di sektor tenaga professional/ perusahaan swasta, maka sebutan yang lebih umum adalah public relation. Public relation adalah seorang yang diberi kekuasaan penuh untuk bertanggung jawab atas wajah perusahaan. Di era sekarang, tak jarang praktisi public relation memiliki asisten untuk membantu pekerjaannya. Namun tetap dapat dibedakan dari humas pemerintahan yang punya dimensi berbeda.

Perbandingan humas dan public relation jika dilihat dari persamaannya mempunyai kesamaan yaitu sama-sama berusaha membangun komunikasi dua arah antara lembaga dengan masyarakat. Adapun beberapa pengertian praktis tentang humas menurut peneliti, sebagai berikut:

#### 1. Strategi komunikasi publik

Sebagai wajah dari sebuah organisasi, humas memiliki tugas penting dalam menyampaikan informasi organisasi kepada stakeholder yang terkait dan kepada publik. Setiap bagian humas akan dilengkapi dengan narahubung yang memungkinkan untuk menerima

keluhan dan merupakan tempat di mana publik dapat memperoleh informasi lengkap mengenai organisasi. Bagian humas akan selalu berhubungan dengan media, baik media cetak atau elektronik. Bahkan dewasa ini, tiap humas hampir dipastikan memiliki online channel.

## 2. Mengelola keadaan darurat

Ketika sebuah kondisi menghampiri yang terkadang dapat merusak bahkan meruntuhkan citra sebuah organisasi, maka di sinilah peran penting humas dibutuhkan. Kondisi demikian tentu tidak diharapkan, namun isu-isu negatif selalu lebih cepat merebak baik di dalam atau di luar organisasi. Jika dibiarkan hal ini akan merusak citra organisasi di mata publik. Oleh karenanya peran humas dalam organisasi, salah satunya untuk meredam dan mengatasi keadaan darurat agar tidak semakin berkembang ke arah perpecahan. Sehingga citra positif bisa dipertahankan.

## 3. Menjangkau kegiatan

Humas terkadang senantiasa melibatkan diri dalam sebuah kegiatan dengan membawa brand organisasi. Hal semacam ini tentu akan semakin memberikan pengaruh positif pada citra organisasi.

## 4. Hubungan media

Humas dan media akan selalu bersinggungan. Apalagi jika ada perkembangan terbaru mengenai jalannya organisasi. Sudah tentu awak media akan terlibat. Untuk itu humas harus bekerja sama dengan media untuk bisa menyiarkan perkembangan organisasi seluas-luasnya.

## 5. Mengetahui dan mengevaluasi opini publik

Seringkali opini miring akan membawa dampak buruk bagi citra suatu organisasi. Oleh karena itu bagian humas harus memiliki peran penting sebagai pihak yang harus mengetahui isu yang sedang berkembang dan hangat menjadi perbincangan terutama yang berkaitan dengan organisasi yang dikelola. Humas harus secara sigap, cepat tanggap dalam menganalisis dan mengevaluasi isu yang berkembang.

Peranan humas dalam organisasi pemerintahan sangatlah penting. Fungsi paling dasar humas pemerintah adalah membantu menjabarkan dan mencapai tujuan program pemerintahan, meningkatkan sikap responsif pemerintah serta memberi publik informasi yang cukup baik mengenai isu, citra kota, dan lain sebagainya. Humas daerah harus piawai mengedukasi masyarakat untuk meningkatkan atau setidaknya-tidaknya menjaga citra lingkungan atau daerah di mana kelompok atau satuan humas itu bertugas. Agar terbentuk jembatan sosial yang baik,

menguntungkan antar stakeholder dan membangun kepercayaan.

Selain itu humas juga harus berupaya bagaimana untuk menjalin hubungan baik dengan media. Sebab media merupakan publik eksternal yang menjadi sasaran komunikasi antara humas dengan publik. Akan ada hubungan timbal balik yang menyenangkan untuk kedua pihak jika hal itu terlaksana dengan baik. Melalui media massa, humas dapat menginformasikan kepada publik kebijakan-kebijakan yang ada, sebaliknya media massa mendapatkan bahan pemberitaan untuk menunjang eksistensinya.

Sesuai dengan pencapaian yang harus dimiliki humas pada instansi pemerintah atau kedaerahan yakni bertanggung jawab menjaga citra positif instansi dan mencitrakan daerah atau tempat di mana instansi tersebut bertugas, wajib bagi perangkat humas menginformasikan semua tindakan-tindakan dan kebijaksanaan yang telah dilaksanakan. Dalam hal ini, humas pemda Kota Palu harus transparan terkait keikutsertaan mereka pada event Festival Pesona Palu Nomoni.

Citra Kota Palu yang peneliti maksud dalam penelitian ini, yakni bagaimana pandangan masyarakat umum tentang Kota Palu, yang mana dalam terselenggaranya Festival Pesona Palu Nomoni masih banyak hal-hal yang justru berdampak tidak baik untuk pencitraan Kota Palu. Bagaimana peranan humas dalam mengatasi isu yang masih akan selalu hangat untuk dibahas ini – bagaimana tidak, menurut peneliti event sekelas Palu Nomoni bukanlah event biasa-biasa saja.

Berikut penuturan tegas Pak Firman, selaku kepala sub bagian informasi dan dokumentasi humas pemda Kota Palu: “Ya, kami ikut serta dalam kegiatan Palu Nomoni. Pra kegiatan, saat kegiatan maupun pasca kegiatan.” Hal tersebut menjadi jawaban pembuka untuk peneliti bahwasanya peranan humas pemda Kota Palu pada event Festival Pesona Palu Nomoni akan mudah dijabarkan sesuai kerangka pikir yang ada.

Citra mencerminkan apa yang dipikirkan, emosi dan persepsi individu. Walaupun orang melihat hal yang sama, tapi pandangan mereka bisa berbeda. Persepsi inilah yang membentuk citra dari sebuah organisasi, baik itu satuan kelompok kecil sampai yang terbesar. Festival Pesona Palu Nomoni telah diselenggarakan di Kota Palu dua periode dalam rentan waktu 2016 – april 2018. Perhelatan tersebut dapat dikatakan sukses sebab pihak terkait tentu telah memaksimalkan daya dan upaya mereka.

Seiring dengan kesuksesan penyelenggaraan Festival Pesona Palu Nomoni yang dalam artian lain adalah capaian positif, tentu tak lepas juga dari capaian negatif. Menurut peneliti, pihak panitia masih belum cepat tanggap dengan situasi dan kondisi di lapangan. Hal-hal kecil tentu dapat merusak citra kota. Sebab penilaian pada dasarnya bersifat relatif. Katakanlah pengetahuan setiap individu berbeda-beda, penilaian terhadap sikap atau kejadian antar kelompok penyelenggara dan pengunjung pasti lah berbeda.

“Citra Kota Palu adalah dunia sekeliling kita memandang kita. Saya

pikir terlepas dari hal positif yang ada, hal negatif selalu mengikuti. Kalau mencari kesalahan sesuatu, suatu kesalahan pasti dengan mudah ditemukan. Sedangkan hal yang benar jarang bernilai karena faktor kepentingan.” (Hasil wawancara tanggal 10 april 2018)

Ibu Farida selaku kepala sub bagian humas menjawab pertanyaan peneliti dengan kalimat bias; seolah-olah dalam penyelesaian masalah, humas Kota Palu tentu menyesuaikan dengan konteks persoalan. Jika pada Festival Pesona Palu Nomoni terjadi hal-hal yang tidak diharapkan tentu itu bagian dari ketidaksempurnaan suatu hajatan.

Seringkali suatu festival digelar untuk mendapatkan keuntungan dari sektor ekonomi. Berangkat dari pandangan itu, peneliti mengajukan pertanyaan pada kasubag humas perihal keberhasilan kegiatan Festival Pesona Palu Nomoni menurut humas Kota Palu.

“Menurut kami, asalkan masyarakat senang, nyaman dan betah maka kegiatan tersebut dapat dikatakan berhasil. Data dari peserta umkm yang kami kantongi, semua yang ikut dan turut membuka lapak di kawasan festival mendapatkan keuntungan finansial. Semoga ke depan kegiatan ini bisa rutin di gelar.” (Hasil wawancara tanggal 10 april 2018)

Jawaban berbeda peneliti temukan ketika bertanya tentang keuntungan ekonomi dari

sudut pandang kepala sub bagian protokol, Bapak Muhammad Nizam:

“Anggapan masyarakat umum, mungkin FPPN sukses dilihat dari faktor ekonomi. Tapi dilihat dari anggaran di balik semua itu, pendapatan daerah (dari kegiatan tersebut) terlihat kecil.” (Hasil wawancara tanggal 13 desember 2017)

Penting mengetahui keberhasilan kegiatan dari sektor ekonomi setidaknya agar alasan keberlanjutan kegiatan ini bisa diukur dan lebih terasa manfaatnya bagi masyarakat. Sedikit temuan di atas adalah pembuka dari temuan-temuan yang mengejutkan terkait peranan humas pemda Kota Palu pada event Festival Pesona Palu Nomoni dalam menjaga citra Kota Palu.

#### 1. Humas Berperan Sebagai Penasehat Ahli

Pada dasarnya humas merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi baik yang bersifat komersil atau non komersil. Keberadaan seorang praktisi humas di suatu lembaga atau instansi sangatlah penting untuk membantu dalam mencapai tujuan-tujuan instansi.

Seorang praktisi atau pakar humas yang dianggap berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencarikan solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya. Hubungan praktisi atau pakar humas dengan manajemen organisasi seperti hubungan antara dokter dan pasiennya. Artinya, pihak manajemen bertindak pasif untuk menerima

atau mempercayai apa yang telah disarankan atau diusulkan humas selaku penasehat ahli.

Dalam dua edisi, kegiatan Festival Pesona Palu Nomoni meninggalkan masalah klasik seperti; biaya parkir, hadiah yang telat diberikan, dan hal lainnya - perihal ini telah peneliti sebutkan dalam latar belakang penelitian. Berangkat dari hal tersebut, peneliti akan menjabarkan peranan humas apakah mereka dianggap sebagai penasehat ahli terkait temuan tersebut.

Dalam wawancara singkat, kepala bagian humas Pak Nathan menjelaskan bahwa:

“Pada kegiatan ini, humas Kota Palu belum diberi kesempatan untuk menjalankan peran sebagai penasehat ahli, hal ini dibuktikan ketika masalah perparkiran hangat dibahas, begitupun masalah Palu Nomoni lainnya. Adapun pihak panitia Festival Pesona Palu Nomoni selaku leader sector punya humas Dinas Pariwisata yang siap memback-up dalam hal ini menyusun strategi terkait pemberitaan yang meresahkan itu. Adapun dalam rapat yang diselenggarakan dalam rangka persiapan acara, humas maupun atasan (walikota) tidak dimintai tanggapannya secara langsung bilamana kelak terjadi hal yang tidak diinginkan.” (Wawancara tanggal 10 april 2018)

Humas merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, perusahaan bahkan pemerintahan.

Peran sentralnya mengatur kendaraan komunikasi ke dalam dan ke luar. Kebutuhan dan kehadirannya tidak bisa dicegah sebab humas merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif. Sebagai sebuah unit yang mempunyai tugas untuk membangun kerja sama, saling pengertian, saling menghargai dengan komunikasi dua arah. Humas merupakan fungsi manajemen yang membentuk dan mengelola hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat (publik). Keberhasilan atau kegagalan hubungan ini tergantung pada fungsinya sehingga wajar humas selalu diletakan sebagai penasehat ahli.

Namun tidak demikian pada humas Kota Palu, di mana berada pada posisi tidak dilibatkan pada peran ini sehingga upaya untuk menjaga citra kota Palu pasca kegiatan Festival Pesona Palu Nomoni bisa dikatakan kurang maksimal.

Secara garis besar, citra adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu. Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek akan ditentukan oleh citra objek tersebut yang menampilkan kondisi terbaiknya. Bagi suatu perusahaan atau instansi, citra diartikan sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri instansi tersebut. Persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau instansi didasari pada apa yang mereka ketahui atau mereka kira tentang perusahaan atau instansi yang bersangkutan. Citra perusahaan atau instansi yang baik dimaksudkan agar perusahaan atau instansi dapat tetap hidup dan meningkatkan

kreativitasnya bahkan memberikan manfaat lebih bagi orang lain.

Citra merupakan tujuan dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai. Walaupun citra merupakan sesuatu yang abstrak dan tidak dapat diukur secara sistematis, namun wujudnya dapat dirasakan dari hasil penelitian baik dan buruk yang datang dari khalayak atau masyarakat luas. Penilaian atau tanggapan tersebut dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat (respect), kesan-kesan yang baik yang berakar dari nilai-nilai kepercayaan. Keberhasilan perusahaan membangun citra dipengaruhi oleh berbagai macam faktor.

Saat berhadapan dengan situasi yang pelik, praktisi humas yang berpengalaman akan bertindak sebagaimana mestinya. Sesuai prosedural dan meminimalisir kesalahan.

Maksudnya sesuai prosedural adalah bagaimana strategi yang dipilih. Sebagaimana pengertian strategi yakni cara untuk mendapatkan kemenangan atau pencapaian tujuan. Strategi humas yaitu alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan humas dalam kerangka suatu rencana humas.

Ditanyai lebih lanjut mengenai isu yang sudah terlanjur merebak dan mengancam citra Kota Palu, Pak Nathan bertutur santai "Menanggapi isu itu jangan terlalu diseriusi. Walaupun fakta di lapangan kayaknya berkata demikian. Sebab faktor yang mempengaruhinya itu luas." Dimintai tanggapan bahwa peran humas tidak sejalan dengan teori yaitu baiknya humas dianggap

sebagai penasehat ahli (Expert Prescriber Communication) Pak Nathan bertutur:

"Di Kota Palu sendiri, carut-marut perparkiran sebenarnya cukup mempengaruhi citra. Saat ada kegiatan daerah berskala besar, biaya parkir sering jadi keluhan masyarakat yang berkunjung ke lokasi. Alasan tukang parkir juga sering mengada-ada; kegiatan yang tidak setiap hari lah, menjaga ataupun mengawasi dan menata kendaraan tidak gampang, dan lain sebagainya. Belum lagi tidak transparannya pendapatan daerah dari retribusi parkir. Tapi memang terkait biaya retribusi parkir, itu murni perbuatan oknum yang tidak bertanggung jawab. Kami percaya Dinas Perhubungan sudah memperhatikan hal ini. Masyarakat pun harus bijak menyikapi, toh petugas perparkiran bisa diajak bicara. Jujur saja, mau kasih uang berapa tidak masalah. Haha." (Hasil wawancara 10 april 2018)

Pak Nathan memberi tanggapan mengenai itu dengan sangat santai. Bahkan beliau bercerita bahwa pernah tidak bayar parkir lantaran petugas parkir sibuk menata kendaraan pengunjung di Festival Pesona Palu Nomoni.

Dari hasil penelitian di atas dapat dikatakan bahwa pada bagian ini humas pemda Kota Palu tidak dilibatkan sebagai penasihat ahli. Seharusnya humas dilibatkan

aktif untuk menyuarkan pandangannya terkait membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah dengan publiknya. Termasuk masalah yang sudah diperkirakan sebelumnya (antisipasi).

## 2. Humas Berperan Sebagai Fasilitator Komunikasi

Secara struktural humas merupakan bagian integral dalam suatu organisasi, sebab humas sebagai pilar terdepan atau ujung tombak lembaga atau instansi. Kegiatannya bermuara pada tujuan memperoleh goodwill, kepercayaan, saling pengertian dan citra yang baik dari masyarakat.

Humas merupakan suatu bagian dalam organisasi atau instansi yang berperan sebagai sarana komunikasi internal maupun eksternal dalam suatu organisasi atau instansi. Mereka berupaya untuk memberikan informasi tentang segala kegiatan, kebijakan, prosedur dan sekaligus untuk membangun mempertahankan citra positif organisasi atau instansi tersebut.

Humas sebagai fasilitator komunikasi berperan sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengarkan apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Di pihak lain, ia juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan, dan harapan organisasi kepada pihak publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai mendukung dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

Dimintai tanggapan tentang hal itu, Pak Nathan berkata:

“Humas Kota Palu sebagai fasilitator komunikasi, sudah menjalankan perannya dalam penanganan isu yang merebak terkait Palu Nomoni. Misalnya pada penyerahan hadiah yang tidak tepat waktu. Pada tahun 2016 kami tahu ada penyerahan hadiah utama jawara marathon yang dipersoalkan, dan di 2017 paduan suara. Pemenang sudah menunggu sampai batas yang sudah diulur, namun tetap saja hadiah belum dicairkan. Keterlambatan hadiah semacam ini tentu dapat merusak citra Kota Palu selaku tuan rumah acara internasional tersebut. Hadiah-hadiah lomba itu setahu kami sudah selesai. Dalam rapat internal, kami turut membantu dengan mengkoordinasikan kepada atasan (walikota) mengenai hal ini. Setiap ada pertanyaan mengenai ini, untuk lebih jelasnya kami menganjurkan untuk bertanya langsung pada leader sector masing-masing (Dinas terkait). Hal ini adalah tanggung jawab mereka. Namun kami siap memfasilitasi jika menemui jalan buntu.” (Hasil wawancara 10 april 2018)

Beliau menambahkan bahwa masalah hadiah atau reward telah rampung urusannya sebelum kegiatan dimulai.

“Kegiatan lomba tak mungkin dilakukan tanpa persetujuan

sebelumnya. Begitu pula mengenai jumlah hadiah, dan kapan hadiah diberikan. Itu sudah dibicarakan sebelumnya sebelum hari h.” (Hasil wawancara 10 april 2018)

Hal senada diungkapkan Pak Firman, kepala sub bagian informasi dan dokumentasi humas Kota Palu:

“Kalau ada pertanyaan mengenai hadiah yang telat diberikan, tanyakan langsung ke dinas terkait. Humas Kota Palu tidak bertanggung jawab langsung soal itu. Tapi juga mengambil peranan jika ditanyai seperti ini.” (Hasil wawancara 13 desember 2017)

Ibu Farida, selaku kepala sub bagian humas menambahkan:

“Wartawan sering bertanya demikian ke sini. Ada baiknya tanyakan langsung ke dinas pariwisata. Humas di sana yang bantu jawab. Adapun proses pemecahan masalah, biasanya dilakukan tertutup (internal). Saat sudah selesai baru disiarkan lewat media (ke publik eksternal).” (Hasil wawancara 10 april 2018)

Dari hasil penelitian di atas dapat dikatakan bahwa pada bagian ini humas pemda Kota Palu sudah dilibatkan sebagai fasilitator komunikasi. Dilihat dari reaksi mereka ketika dimintai tanggapan tentang bagaimana mereka membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengarkan apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya.

### 3. Humas Berperan Sebagai Fasilitator Pemecahan Masalah

Humas dianggap sebagai fasilitator dalam proses pemecahan masalah. Pada peranan ini tugas humas melibatkan diri atau dilibatkan dalam setiap manajemen (krisis). Seorang humas menjadi anggota tim, bahkan bila memungkinkan menjadi leader dalam penanganan krisis manajemen.

Humas sebagai fasilitator proses pemecahan masalah memiliki peranan dalam membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat (adviser) hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan professional. Biasanya dalam menghadapi suatu krisis yang terjadi, maka dibentuk suatu tim posko yang dikoordinir praktisi ahli public relations dengan melibatkan berbagai departemen dan keahlian dalam satu tim khusus untuk membantu organisasi, dalam hal ini atasan (walikota) atau panitia pelaksana Festival Pesona Palu Nomoni dalam menghadapi krisis yang terjadi.

Untuk mengetahui peran humas sebagai fasilitator proses pemecahan masalah, Pak Firman bantu menjawab “Humas kota palu kurang diandalkan sebagai fasilitator proses pemecahan masalah. Padahal jika dibutuhkan pasti kami siap membantu.” Jadi, masalah yang ada pasca kegiatan palu nomoni seolah dibiarkan reda dengan sendirinya.

Terlepas dari prokontra tanggapan publik mengenai keberhasilan kegiatan Festival Pesona Palu Nomoni pasca kegiatan, reaksi

humas Kota Palu selaku corong pemerintah selalu dinantikan. Melalui humasnya pemerintah dapat menyampaikan informasi atau menjelaskan hal-hal yang berhubungan dengan kebijaksanaan dan tindakan-tindakan tertentu serta menjelaskan aktifitas dalam melaksanakan tugas-tugas dan kewajiban pemerintahannya.

Dalam penyelesaian masalah yang ditakutkan dapat merusak citra Kota Palu selaku tuan rumah. Temuan peneliti adalah humas dilibatkan secara pasif. Hal ini dikuatkan oleh Ibu Farida, selaku kabag humas:

“Kami selalu membuka pintu dan bersedia untuk memfasilitasi jika diperlukan. Namun realitanya, kami tidak dilibatkan. Misalnya pada masalah berita online yang beredar. Tak ada pihak mempersoalkan itu. Dalam klarifikasi kebenaran berita, humas bekerja dengan teratur agar citra tetap dapat dijaga. Citra lembaga, citra atasan, citra Kota Palu, citra negeri ini.” (Hasil wawancara 10 april 2018)

Dimintai tanggapan mengenai mengapa humas tidak dilibatkan, Pak Firman menyebutkan:

“Peran humas dalam mensukseskan Festival Pesona Palu Nomoni kurang melibatkan hal-hal yang berbaur strategi. Lebih pada persoalan teknis saja.” (Hasil wawancara 10 april)

Ditanyai secara terpisah, penanggung jawab gelaran Festival Palu Nomoni dari

Dinas Pariwisata, Pak Gunawan menuturkan sebagai berikut:

“Pada dasarnya humas pemda Kota Palu termasuk dalam panitia inti bidang kehumasan dalam gelaran palu nomoni. Panitia inti ini kan banyak, terdiri dari dua puluh satu bidang. Nah, di antara bidang itu, humas setda juga termasuk. Jika dari sana mengaku tidak dilibatkan maka itu karena mereka yang kurang berperan.”

Maka dari hasil penelitian di atas, pada bagian ini humas berperan minim dalam upayanya menjaga citra Kota Palu. Sebab bilamana peranan strategi dilakukan dengan maksimal tentu saja keberhasilan menjaga citra Kota Palu sebagai goal humas kemungkinan dapat diraih.

#### 4. Humas Berperan Sebagai Teknisi Komunikasi

Petugas humas dianggap sebagai pelaksana teknis komunikasi yang menyediakan layanan di bidang teknis. Sedangkan kebijakan dan keputusan teknik komunikasi yang akan digunakan merupakan keputusan manajemen dan praktisi humas yang melaksanakannya. Peneliti akan menjabarkan bagaimana hal teknis yang dilakukan petugas humas terkait Festival Pesona Palu Nomoni. Ditanyai mengenai hal itu, kepala sub bagian informasi dan dokumentasi Bapak Firman menjelaskan santai, bahwa:

“Sebenarnya peranan humas pemda Kota Palu pada event Festival Pesona

Palu Nomoni dalam menjaga citra Kota Palu hanya sebatas dokumentasi saja. Inilah hal teknis nyata yang kami lakukan. Kami mengikuti jalannya kegiatan dari awal – sebelum kegiatan dimulai sampai penutupan. Ketika ada hal yang berkaitan dengan jeleknya citra, yang kami lakukan dengan segera adalah berkoordinasi pada pimpinan untuk memberikan pemberitaan tandingan yang intinya memberi solusi. Menyelesaikan masalah dengan memberi bukti dokumentasi adalah cara terbaik menurut kami.” (Hasil wawancara 13 desember 2017)

Setelah melihat wawancara di atas peneliti merasa bahwa peranan humas Kota Palu pada event Festival Pesona Palu Nomoni dalam menjaga citra Kota Palu sangat minim. Dokumentasi yang dimaksud adalah peliputan rangkaian acara dalam bentuk audiovisual, bekerjasama dengan media lokal TVRI Sulteng.

Bentuk kerjasama yang peneliti maksudkan antara humas dan TVRI ternyata cuma mengambil gambar yang direkam pihak TVRI. Semacam klip digital. Hal ini peneliti simpulkan sebagai peranan nyata humas sebagai teknisi komunikasi.

Hingga akhirnya timbul rasa penasaran lanjutan tentang peranan humas Kota Palu terkait mempromosikan kegiatan Palu Nomoni.

“Tidak ada. Humas Kota Palu juga tidak mempromosikan apapun

sebelum kegiatan Palu Nomoni digelar. Ucapan sukseskan kegiatan pesona Palu Nomoni itu yang ada di mobil-mobil Dinas, bukan kinerja kami. Itu Dinas masing-masing punya kepentingan untuk mempromosikannya. Sudah ada anggaran untuk itu di panitia inti bidang publikasi. Kami ya hanya dokumentasi. Itu saja.” (Hasil wawancara 13 desember 2017)

Ibu Farida menambahkan:

“Mengawal kegiatan pimpinan sudah menjadi tupoksi kami. Jadi kalau pemimpin ada di mana, ya kami ke sana, pun jika pemerintahannya dikritik, kami back-up.” (Hasil wawancara 10 april 2018)

Melihat jawaban wawancara di atas, peneliti sadar bahwa kinerja suatu humas, tidak selalu sesuai harapan. Dokumentasi bentuk audiovisual sudah cukup untuk menjawab peranan humas Kota Palu dalam menjaga citra Kota Palu.

Dalam riwayatnya, tanggung jawab teknis komunikasi diemban oleh seluruh staff kepegawaian di bagian humas pemerintah daerah Kota Palu. Hal ini dikuatkan oleh pernyataan Ibu Farida sebagai berikut:

“Seluruh pegawai di bagian humas Kota Palu berperan aktif dalam pelayanan teknis komunikasi. Katakanlah ada masyarakat yang datang ke kantor dan meminta penjelasan, atau misalnya temuan tentang isu, pasti segera

mengkoordinasikan bersama pimpinan yang ada.” (Hasil wawancara 10 april 2018)

Penjelasan kasubag humas menggambarkan aksi cepat tanggap yang sudah dilakukan dengan baik. Selain itu menjelaskan bahwa teori Dozier dan Broom tentang Teknisi Komunikasi (Communication Technical) adalah elemen tak terpisahkan dari tiga peranan humas sebelumnya. Pak Nizam, selaku kasubag protokol humas menambahkan:

“Pada waktu peliputan dokumentasi kegiatan FPPN, kami, seluruh pegawai dan staff turut menghadiri kegiatan sambil melakukan dokumentasi. Dokumentasinya dalam bentuk foto dan video recorder. Sudah ada tim yang dibentuk untuk kegiatan itu. Adapun jika diperlukan, pasca kegiatan kami bisa saja membuat press release. Kami menyediakan ruang konfrensi pers untuk rekan-rekan media bisa bertanya apa saja.”

Dilihat dari wawancara di atas, peneliti menemukan penjelasan bahwa seluruh staff di bagian humas Kota Palu yang berjumlah 25 orang terlibat dalam proses dokumentasi kegiatan Festival Pesona Palu Nomoni.

Secara keseluruhan, peneliti menemukan fakta bahwa humas Kota Palu juga memiliki media partner yang mana hubungan mereka dengan media tersebut selalu mencoba untuk membangun hubungan baik dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Disediakan pula fasilitas-fasilitas pendukung

yang dapat membantu awak media untuk melaksanakan tugasnya.

Humas Kota Palu juga senantiasa menyediakan atau memasok materi-materi yang akurat terkait kegiatan-kegiatan yang dilakukan humas pemda Kota Palu. Sehingga dengan sikap seperti ini, humas dinilai punya sumber informasi yang akurat dan dapat dipercaya sebagai corong pemerintahan Hidayat-Pasha, sehingga dengan begitu secara otomatis juga akan berdampak baik terhadap reputasi instansi dan citra kota pada umumnya.

## E. KESIMPULAN

Berdasarkan dari seluruh hasil pembahasan yang terdapat pada uraian di atas, maka pada bab ini penulis dapat menarik kesimpulan dari permasalahan yang diajukan sebelumnya yaitu bagaimana peranan humas pemda Kota Palu pada event Festival Pesona Palu Nomoni dalam menjaga citra Kota Palu.

Setelah melihat hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka pada bagian ini peneliti menarik kesimpulan bahwa: Peranan humas pemda Kota Palu pada event Festival Pesona Palu Nomoni dalam menjaga Citra Kota Palu sudah dimulai sejak tahap perencanaan kegiatan. Humas pemda Kota Palu hanya terlibat aktif dalam dokumentasi/ liputan acara selama hari h hingga penutupan. Dokumentasi yang dimaksud adalah peliputan rangkaian acara. Segala bentuk promosi atau publikasi yang ada di dalam kegiatan Festival Pesona Palu Nomoni tidak melibatkan humas pemda Kota Palu. Sebab di dinas pariwisata sudah ada

kasubag promosi yang memprogramkan itu. Menurut humas pemda Kota Palu, event Festival Pesona Palu Nomoni berjalan sukses. Terlepas dari ada pemberitaan yang tidak menyenangkan. Humas pemda Kota Palu turut andil dalam mensukseskan kegiatan Festival Pesona Palu Nomoni dengan ikut serta dalam rangkaian acara, dalam hal ini meliputi kegiatan dan meminimalisir isu yang berkaitan dengan citra Kota Palu. Humas pemda Kota Palu menyediakan ruang khusus untuk kegiatan peliputan yang disebut dengan ruang konfrensi pers. Dalam ruang konfrensi pers tersebut, terdapat fasilitas-fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan dasar para awak media, yaitu perangkat komputer, jaringan internet, makanan ringan atau snack dan air minum yang disediakan oleh pihak humas pemda Kota Palu. Pihak humas pemda Kota Palu senantiasa menyediakan atau memasok materi-materi yang akurat terkait kegiatan-kegiatan kinerja humas pemda, sehingga dengan sikap seperti ini humas dinilai sebagai suatu sumber informasi yang akurat dan dapat dipercayai oleh pihak media. Peran strategis yang tidak maksimal hanya akan membuat peran teknis tidak begitu bernilai. Harusnya humas pemda Kota Palu dapat memaksimalkan seluruh sumber daya yang ada agar teori bisa sejalan dengan praktek.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman. 1995. Dasar-Dasar Public Relation. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Anggoro, Linggar. 2005. Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia. Jakarta: Bumi Aksara
- Ardianto, Elvinaro 2009. Publik Relation Paktis. Edisi Pertama. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ardianto, Elvinaro. 2007. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ardianto, Elvinaro. 2011. Handbook of Public Relation. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Arikunto. 2001. Prosedur Penelitian. Jakarta: Bina Aksara
- Arikunto. 2005. Manajemen Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta
- Aziz, Alimul. 2003. Riset Keperawatan & Teknik Penulisan Ilmiah. Jakarta: Salemba Medika
- Broom, Glen. 2005. Effective Public Relation. Edisi Kesembilan. Terjemahan. Jakarta: Kencana
- Bugin. 2009. Analisis Penelitian Data Kualitatif. Jakarta: Raja Grafindo
- Danandjaya. 2011. Peranan Humas Dalam Perusahaan. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. Suatu Studi Hubungan Masyarakat. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- <https://web.facebook.com/groups/InfoKotaPALU/>

- Iriantara, Yosel. 2004. *Manajemen Strategis Publik Relation*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Iriantara, Yosel. 2005. *Media Relation Konsep, Pendekatan dan Praktik*. Cetakan Pertama. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Kriyantono. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana
- Kusumastuti. 2002. *Dasar-Dasar Humas, Edisi Pertama*. Jakarta Selatan: PT. Ghalia Indonesia
- Lattimore. 2010. *Public Relation Profesi dan Praktek*. Jakarta: Salemba Medika
- Lubis, Evawani Elysa. 2012. *Jurnal Penelitian: Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah*. FISIP Universitas Riau
- Moleong. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Moleong. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Moore, Frazier. 2004. *Humas Membangun Citra dan Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Mulyana, Deddy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2006. *Ilmu Komunikasi Sebagai Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Rachmadi. 1992. *Public Relation dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rachmadi. 1994. *Public Relation dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ridwan, Muhammad. 2004. *Manajemen BMT*. Yogyakarta: UII Press
- Ruslan, Rosady. 2008. *Manajemen Publik Relation dan Media*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Soemirat & Ardianto. 2007. *Dasar-dasar Public Relation*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suhandang, Kustadi. 2004. *Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik*. Bandung: Nuansa.
- Sukatendel, Arko. 1990. *Public Relation Perusahaan*. Bandung: FIKOM UNPAD
- Umar. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat
- Walgito, Bimo. 2010. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: Ar-Ruz Media

Widjaja, Amin. 2008. Dasar-Dasar Customer  
Relation Menagement. Jakarta:  
Harvindo

[www.metrosulteng.com](http://www.metrosulteng.com)

[www.palunomoni.com](http://www.palunomoni.com)

[www.radarsultengonline.com](http://www.radarsultengonline.com)

[www.sultengraya.com](http://www.sultengraya.com)