



**IMPLEMENTASI FUNGSI HUMAS PEMERINTAH KOTA BEKASI
DALAM MEMBENTUK CITRA HARAPAN PADA KEGIATAN PEKAN
OLAHRAGA NASIONAL (PON XIX/2016) JAWA BARAT DI BEKASI**

SKRIPSI

Disusun Oleh

Nama : Triyoga Sofwan Harfianto

NIM : 1306015108

Peminatan : Hubungan Masyarakat



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2017**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Triyoga Sofwan Harfianto

NIM : 1306015108

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

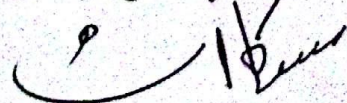
Judul Proposal : IMPLEMENTASI FUNGSI HUMAS DALAM MEMBENTUK
CITRA HARAPAN PADA KEGIATAN PEKAN
OLAHRAGA NASIONAL (PON XIX/2016) JAWA BARAT
DI BEKASI

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya dengan judul tersebut diatas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apalagi dikemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggung jawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 18 Januari 2017

Yang Menyatakan



Triyoga Sofwan H

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : IMPLEMENTASI FUNGSI HUMAS DALAM MEMBENTUK
CITRA HARAPAN PADA KEGIATAN PEKAN OLAHRAGA
NASIONAL (PON XIX/2016) JAWA BARAT DI BEKASI

Nama : Triyoga Sofwan Harfianto

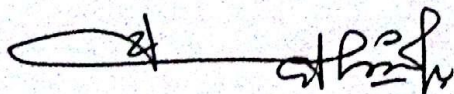
NIM : 1306015108

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperiksa dan disetujui
Untuk mengikuti seminar skripsi oleh :

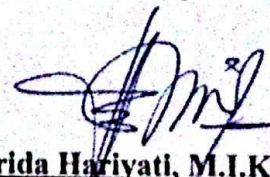
Pembimbing 1,



Nurlina Rahman, S.Pd, M.Si

Tanggal : 4 - 3 - 2017

Pembimbing 2,



Farida Hariyati, M.I.Kom

Tanggal : 4 - 3 - 2017

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Implementasi Fungsi Humas Pemerintah Kota Bekasi
Dalam Membentuk Citra Harapan Pada Kegiatan Pekan
Olahraga Nasional (PONXIX/2016) Jawa Barat di Bekasi


Nama : Triyoga Sofwan Harfianto

NIM : 1306015108

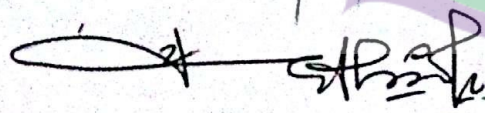
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Selasa, tanggal 31 Januari 2017, dan dinyatakan LULUS.



Said Romadlan, S.Sos, M.Si.

Penguji I
Tanggal : 27/2/17



Nurlina Rahman, S.Pd, M.Si
Pembimbing I

Tanggal : 4-3-2017


Dra. Tellys Corliana, M.Hum

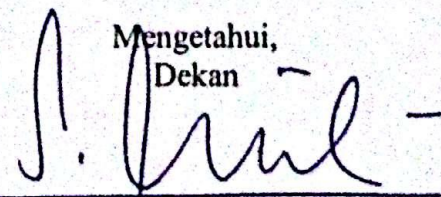
Penguji II
Tanggal : 1/3/17



Farida Harlyati, M.I.Kom
Pembimbing II

Tanggal : 4-3-2017

Mengetahui,
Dekan



Said Romadlan, S.Sos, M.Si

ABSTRAK

Judul : Implementasi Fungsi Humas Pemerintah Kota Bekasi Dalam Membentuk Citra Harapan Pada Kegiatan Pekan Olahraga Nasional (PONXIX/2016) Jawa Barat di Bekasi
Nama : Triyoga Sofwan Harfianto
NIM : 1306015108
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat
Halaman : 137 + xii halaman + 3 tabel + 13 gambar + 26 lampiran

Kata Kunci : Fungsi Humas dan Pembentukan Citra

“Implementasi Fungsi Humas Dalam Membentuk Citra Harapan Pada Kegiatan Pekan Olahraga Nasional (PON XIX/2016) Jawa Barat di Bekasi”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Implementasi fungsi humas pemerintah kota Bekasi ketika berlangsungnya kegiatan PON XIX/2016 di Bekasi dan bagaimana humas membentuk citra harapan melalui kegiatan PON XIX/2016 Jawa Barat di Bekasi. Penelitian ini mengkaji implementasi fungsi Humas Pemerintah Kota Bekasi berdasarkan Teori Informasi Organisasi dan Model Pembentukan Citra. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi fungsi humas dijalankan dengan maksimal dalam menjaga hubungan baik dengan publik internal (karyawan pemerintahan) dan publik eksternal (wartawan dan masyarakat Bekasi). Sehingga menghasilkan pemberitaan secara mendetail selama kegiatan PON XIX/2016 berlangsung. Sesuai dengan konsep Scoot M.Cutlip dan Allen H. Centre mengenai konsep atau elemen fungsi humas, yaitu menerapkan program yang dilaksanakan *Communicator, Relationship, Back Up Management, Good Image Maker, Creator, Conceptor, Problem Solver*. Hasil dari fungsi humas tersebut, Humas berhasil membentuk citra sesuai harapan pemerintah yaitu antusiasme masyarakat dalam berpartisipasi memeriahkan jalannya kegiatan PON XIX/2016 Jawa Barat di Bekasi. Informasi dan Partisipasi Publik selama sebelum kegiatan berlangsung hingga pasca kegiatan PON XIX/2016 lewat media sosial, cetak, dan elektronik menjadi indikator terbentuknya citra harapan pada humas pemerintah kota Bekasi. Simpulan, Implementasi fungsi humas pemerintah kota Bekasi dalam membentuk citra pada kegiatan PON XIX/2016 dijalankan dengan maksimal. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan meneliti tentang peran dan kinerja Diskominfo Bekasi apakah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemulihan citra Bekasi, dan diharapkan peneliti menggunakan metodologi kuantitatif agar hasil penelitian dapat terukur dalam bentuk angka.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Implementasi Fungsi Humas dalam Membentuk Citra Harapan Pada Kegiatan Pekan Olahraga Nasional (PON XIX/2016) Jawa Barat di Bekasi". Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar Sarjana dari Program Strata1, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.

Skripsi ini tak akan terwujud tanpa bantuan, dukungan, dan doa dari para pihak. Maka Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Nurlina Rahman, S.Pd, M.Si Dosen pembimbing I. Terima Kasih telah menyediakan waktu, memotivasi, kasih sayang, dan kesabaran kepada penulis.
2. Orang tua saya terlebih ibundaku. Beliau adalah penyemangat yang sangat luar biasa bagi penulis. Bapak, kakak, mbak Dinah, ka Dafi, Ka Vany serta keponakan-keponakanku.
3. Said Ramadlan, S.Sos, M.Si, Dekan FISIP UHAMKA
4. Dini Wahdiyati, S.Sos, M.I.Kom, Kaprodi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA. Terimakasih atas dorongan semangat penulis untuk menyelesaikan skripsi.
5. Farida Hariyati, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing II. Terima kasih atas nasihat, kasih sayang, dan kesabarannya dalam membimbing penulis.

6. Dr. Sri Mustika, M.Si, Gilang Kumari Putra, S.Sos, M.I.Kom, Terimakasih nasihat dan kasih sayangnya tulus.
 7. Dra. Tellys Corliana, M.Hum. Selaku dosen Penguji yang memberikan pemasukan serta pemahamannya kepada penulis.
 8. Dr. H. Muhammad Jufri. SH. M.H, Bapak Yayan Sopian, Bapak Ellyas, Bapak Tajabu, dan Seluruh Karyawan di Lingkungan Humas Pemerintah Kota Bekasi.
 9. Sahabat yang amat penulis Ririn Muji, Kohar Arrizki, Rahmat Junaidi, Husein, Ikhsan Prayogi, Taufik (Flik), Intan, Labib Gareng, Iqbal Amrullah (alm), Dwi, Pujo, Andini, Reza, Nurlinda, Obbi, Bale, Hafidz, Huda, Zaki, Fath, Nisa Mufliha (alm), teman-teman FISIP UHAMKA 2013 dan Konsulat Bekasi Angkatan 685, Keluarga Besar Suara UHAMKA (Saka FM), Keluarga Besar PK IMM FISIP Jakarta Selatan, Semua Teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu membagi keceriaan dan memotivasi.
 10. Serta Teman penulis yang selalu memotivasi penulis Mega Putri Alifa, terima kasih atas dukungan, perhatian, dan do'anya kepada penulis.
- Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis sangat mengharapkan saran, kritik dan masukan yang bersifat membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Jakarta, 18 Januari 2017

(Triyoga Sofwan H)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	14
1.3. Pembatasan Masalah	15
1.4. Tujuan Penelitian	15
1.5. Kontribusi Penelitian.....	15
1.5.1. Kontribusi Akademis.....	15
1.5.2. Kontribusi Metodologis	16
1.5.3. Kontribusi Praktis.....	16
1.6. Sistematika Penulisan.....	17

BAB II LANDASAN PEMIKIRAN	18
2.1. Paradigma Konstruktivisme	18
2.2. Hakekat Komunikasi	19
2.2.1. Definisi Komunikasi.....	19
2.2.2. Fungsi Komunikasi.....	20
2.2.3. Konteks Komunikasi	21
2.3. Hubungan Masyarakat	23
2.3.1. Definisi Hubungan Masyarakat.....	23
2.3.2. Peran dan Tujuan Hubungan Masyarakat.....	24
2.3.3. Fungsi Humas	26
2.3.4. Tugas Hubungan Masyarakat	27
2.3.5. Ruang Lingkup Humas	28
2.3.6. Humas Non Profit dalam lembaga pemerintahan	29
2.3.7. Sasaran/ Khalayak Humas	31
2.3.8. Komunikasi Hubungan Masyarakat	33
2.3.9. Hubungan Masyarakat Pemerintah	36
2.3.10. Tugas Hubungan Masyarakat Pemerintah	36
2.4. Citra Organisasi	37
2.5. Komunikasi Organisasi	37
2.5.1. Definisi Komunikasi Organisasi	38
2.5.2. Fungsi Komunikasi Organisasi	39
2.5.3. Elemen Komunikasi Organisasi	41

2.6. PON (Pekan Olahraga Nasional)	42
2.7. Teori Informasi Organisasi	43
2.8. Citra.....	44
2.8.1. Pengertian Citra.....	44
2.8.2. Jenis-Jenis Citra.....	45
2.8.3. Proses Pembentukan Citra	47
2.8.4. Faktor Penilaian Sikap Publik.....	51
2.8.5. Respon Perilaku/ Opini Publik.....	52
2.8.6. Tolak Ukur Citra Menurut Ruslan (2007: 72).....	54
2.8.7. Pencapaian Citra Positif.....	56
2.9. Implementasi.....	56
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	58
3.1. Pendekatan, Jenis, dan Metode Penelitian.....	58
3.2. Informan Penelitian.....	61
3.3. Metode Pengumpulan Data	62
3.3.1. Wawancara Mendalam	62
3.3.2. Observasi	62
3.3.3. Dokumentasi	63
3.3.4. Studi Pustaka.....	63
3.4. Metode Analisis Data.....	64
3.5. Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1. Pemerintah Kota Bekasi	67

4.1.1. Sejarah Singkat Pemerintah Kota Bekasi	67
4.1.2. Visi dan Misi Pemerintah Kota Bekasi	69
4.1.3. Logo Pemerintah Kota Bekasi	73
4.1.4. Struktur Organisasi Humas Sekretariat Daerah Kota Bekasi	74
4.2. Pekan Olahraga Nasional (PON)	74
4.2.1. Sejarah Singkat PON.....	74
4.2.2. PON XIX Jawa Barat di Bekasi.....	77
4.2.3. Struktur Kepanitiaan Sub PON XIX di Bekasi.....	85
4.3. Hasil Penelitian	86
4.3.1. Implementasi Fungsi Humas Pemerintah Kota Bekasi dalam PON XIX Jawa Barat di Bekasi	86
4.3.2. Membentuk Citra Melalui Kegiatan PON XIX/2016 Jawa Barat di Bekasi.....	110
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian.....	111
4.4.2. Konsep Kunci	121
4.4.2. Citra Harapan	124
BAB V PENUTUP	130
5.1. Kesimpulan	130
5.2. Saran-saran	131
5.2.1. Saran Akademis	131

5.2.2. Saran Metodologis.....	132
5.2.3. Saran Praktis	132
DAFTAR PUSTAKA	134
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Jadwal Penelitian	68
Tabel 4.1. Tabel Fungsi Humas.....	129
Tabel 4.2. Tabel Terbentuknya Citra	130



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Bentuk Gambar dan Meme tentang Bekasi yang tersebar di media sosial	5
Gambar 1.2. Bentuk Gambar Iklan Promosi pada Provider telpon seluler tentang Bekasi	6
Gambar 2.1. Gambar Model Pembentukan Citra	49
Gambar 4.1. Pemerintah Kota Bekasi.....	74
Gambar 4.2. Urutan tuan rumah PON 1948-2020.....	77
Gambar 4.3. Logo PON XIX/2016 Jawa Barat.....	78
Gambar 4.4. Berita antusias warga Bekasi saat Count Down 222	81
Gambar 4.5. Berita antusias warga Bekasi saat Kirap Api PON.....	83
Gambar 4.6. Berita acara pemberian penghargaan kepada Atlet	85
Gambar 4.7. Bentuk Komunikator lewat media sosial Twitter	88
Gambar 4.8. Berita PON di Bekasi.....	90
Gambar 4.9. Baleho PON XIX yang Humas Bekasi	93
Gambar 4.10. Pertandingan di Stadion Bekasi	94
Gambar 4.11. Kirab Api PON XIX/2016 Oleh Walikota Bekasi	101

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan salah satu faktor terpenting dalam berbagai aspek kehidupan, baik segi budaya, sosial, dan banyak hal dalam studi perkembangan manusia. Untuk mendukung sebuah kemajuan dan perkembangan yang diharapkan. Thomas M. Scheidle mengemukakan bahwa kita berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang di sekitar kita, dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berfikir, atau berperilaku seperti yang kita inginkan. Namun menurut Scheidel, tujuan dasar kita berkomunikasi adalah untuk mengendalikan lingkungan fisik dan psikologis kita (Mulyana, 2010: 4). Menurut Gordon I. Zimmerman *et al.* Merumuskan bahwa kita dapat membagi tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar. *Pertama*, kita berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas penting bagi kebutuhan kita, untuk memberi makan dan pakaian kepada diri sendiri, memuaskan kepenasaranan kita akan lingkungan, dan menikmati hidup. *Kedua*, kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi komunikasi mempunyai fungsi isi, yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas, dan

fungsi hubungan yang melibatkan fungsi informasi mengenai bagaimana hubungan kita dengan orang lain.

Hal tersebut menjadikan organisasi dan lembaga dituntut untuk berperan dan bergerak aktif, kreatif, dan Inovatif apalagi pada era globalisasi seperti ini. Dalam meningkatkan popularitasnya pada institusi swasta ataupun pemerintahan Kepada masyarakat terutama dalam berkomunikasi. Salah satu ruang lingkup organisasi yang paling penting pada suatu institusi dalam tugasnya memberikan pemahaman terhadap publik yaitu Humas atau Hubungan Masyarakat.

Hubungan Masyarakat (Humas) dalam suatu organisasi adalah suatu bagian dimana suatu perusahaan atau lembaga pemerintah merupakan unsur yang penting, karena Humas memiliki peran penting sebagai jembatan komunikasi untuk memberikan informasi mengenai perusahaan atau lembaga pemerintahan baik kepada pihak internal maupun eksternal. Informasi yang diberikan dapat berupa kebijakan, program atau tindakan-tindakan dari lembaga atau organisasi agar dapat dipahami oleh pihak internal dan eksternal. Peran Humas lainnya adalah menciptakan hubungan yang harmonis dengan perusahaan atau lembaga pemerintah guna terbentuknya citra positif yang akan menentukan kelangsungan perusahaan atau lembaga pemerintah itu sendiri.

Humas saat ini sering menghadapi tantangan berat dalam menjalankan tugasnya sebagai penyambung lidah dan persepsi suatu organisasi kepada masyarakat. Berbagai macam teknologi komunikasi dan informasi

menyebabkan cepatnya berbagai macam informasi tersebar kepada masyarakat. Informasi tersebut tidak selamanya baik, bahkan berita buruk cenderung lebih cepat menyebar dibandingkan berita baik tentang suatu organisasi. Humas diperlukan untuk membentuk, memelihara komunikasi yang baik kepada masyarakat demi menghasilkan citra dan persepsi yang baik seperti yang diharapkan oleh suatu organisasi.

Humas dengan segala tugasnya memiliki bagian-bagiannya ada Humas yang berperan pada perusahaan provit dan nonprovit. Dalam perannya Humas Pemerintah termasuk bagian dari Humas perusahaan nonprovit, maka dari itu Humas pemerintah tidak dapat terlepas dari opini publik, karena salah satu fungsi Humas adalah menciptakan dan membentuk opini publik maka Humas harus memiliki kemauan baik (*good will*) dalam teori dan partisipasi. Kinerja humas dalam suatu pemerintahan biasanya membantu dalam menjalankan suatu program pemerintahan untuk mencapai tujuan tertentu yang ditargetkan oleh pemerintah. Selain itu, humas pemerintah juga berperan penting dalam membangun dan memberikan informasi baik secara internal maupun eksternal. Bila dilihat secara eksternal, biasanya Humas berperan memberikan informasi mengenai kebijakan pemerintah, memberikan sanggahan mengenai suatu pemberitaan yang dapat merugikan pemerintah, dan menginformasikan berbagai kebijakan pemerintah kepada masyarakat.

Menurut James E. Grunig, Humas adalah sebagai fungsi manajemen yang strategis pada level organisasi dengan pendekatan yang subjektif partisipan dari disiplin manajemen yang berbeda, seperti identitas perusahaan.

Humas membantu organisasi untuk mengubah lingkungan masyarakat dan stakeholder melalui strategi organisasi atas timbulnya suatu permasalahan. (Toth, 2007; 139).

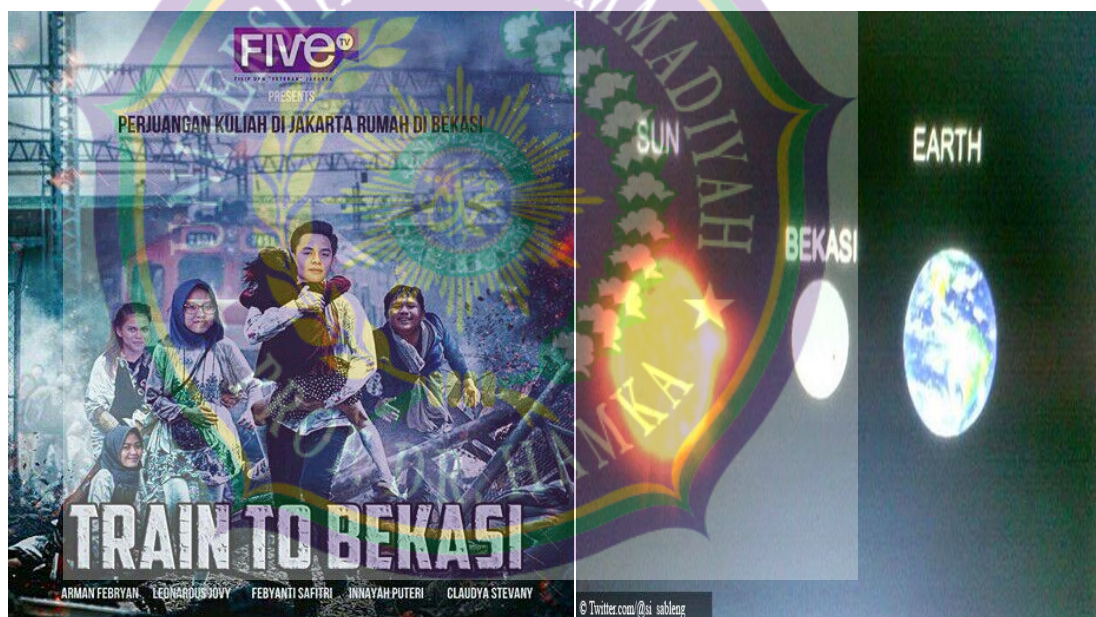
Jika Strategi tersebut dilakukan secara maksimal maka akan berdampak pada Hubungan yang baik dengan masyarakat, dan itu merupakan keuntungan jangka panjang yang dimiliki organisasi dan harus terus dikembangkan serta dipelihara karena dengan itu, hubungan baik organisasi dapat membentuk citra dan reputasi organisasi yang baik.

Citra adalah salah satu aset terpenting yang terbentuk dari reputasi organisasi yang baik. Dalam konteks lembaga-lembaga publik seperti Organisasi pemerintahan, sejatinya peran melayani dan mengembangkan dukungan publik guna mencapai tujuan organisasi adalah hal yang sangat penting. Pada konteks ini, Praktisi Humas harus bisa membentuk nilai-nilai, pemahaman, sikap-sikap, sampai perilaku dari publik agar sejalan dengan kebutuhan organisasi. Pesan-pesan ini dapat dikomunikasikan melalui media massa atau media lain seperti menggunakan acara pada kegiatan tahunan skala perusahaan/ pemerintah bahkan nasional, yang pastinya dipilih sesuai dengan target sasaran.

Citra dalam lingkup pemerintahan dibentuk oleh strategi yang dibangun seorang Humas. Kemudian, Humas menanamkan kepercayaan kepada publik bukan hanya untuk membentuk citra positif, Tetapi citra positif yang sudah dibangun perlu dipertahankan. Karena hal tersebut memiliki pengaruh dengan reputasi pemerintahan. Begitu kepercayaan publik luntur

akibat reputasi negatif seperti tidak maksimalnya peran Humas dalam menjaga reputasi, maka akan sulit bagi pemerintahan untuk memulihkan kepercayaan tersebut.

Hal ini juga berkaitan dengan berbagai persoalan di Bekasi. Bekasi merupakan kota yang berkembang seiring dengan perkembangan tersebut, muncul banyak permasalahan didalamnya diantaranya tentang postingan negatif para *nitizen* di Media Sosial dan Media konvensional yang terjadi pada tahun 2014 sampai saat ini.



Gambar 1.1. Salah satu gambar atau meme di posting di media sosial

twitter tentang Bekasi di akses september 2016

Sumber : twitter.com dan [google.com](https://www.google.com)



Gambar 1.2. Sebuah Iklan promosi disalah satu provider telepon seluler tentang Bekasi diakses september 2016

Sumber : google.com

Isu Negatif yang terus berbekas pada masyarakat diantaranya “Bekasi adalah Planet di luar bumi”, “Butuh perjuangan jika kuliah di jakarta rumah di bekasi” dan bahkan ada sebuah iklan salah satu telepon selular yang membuat iklan promosi yang membawa nama Kota Bekasi dengan *Tagline* “Liburan ka Aussie (Australia) lebih mudah dibanding ke Bekasi”.

Fenomena tersebut menjadikan Bekasi memiliki citra yang buruk, sebagai contoh Bekasi sebagai kota yang tidak mempunyai icon, jalannya rusak, kemacetan dimana-mana, dan jauh dari Ibu Kota. Meskipun Hal

tersebut selalu menjadi persepsi masyarakat, tetapi lambat laun citra buruk tersebut semakin surut mereda termakan waktu dan kineja aparatur pemerintahan yang bersinergi secara totalitas. Akan tetapi, meskipun Humas dan aparatur pemerintahan telah berusaha totalitas waktu dan sinergi, Jika citra buruk pada suatu institusi telah menyebar tidak akan mudah menghilang, maka dari itu peran Humas Pemerintah Kota Bekasi dituntut berinovasi, berkreasi, dan meningkatkan potensi sehingga pesan positif mengenai Bekasi berbekas kepada Publik.

Sebenarnya jika melihat dari prestasi yang di dapat oleh Pemerintah Kota Bekasi, Humas Pemerintah Kota Bekasi telah berperan maksimal dalam perannya sebagai pengelola organisasi pemerintahan. Jika mengacu pada RENSTRA (Rencana Strategi) Pemerintah Kota Bekasi tahun 2013 - 2018, Humas Pemerintah Kota Bekasi sebenarnya telah bekerja maksimal untuk memulihkan Citra Pemerintah Kota Bekasi selama ini. seperti membuat, Perpustakaan Keliling Kota Bekasi, Situs resmi Pemerintahan Kota Bekasi, dan Aplikasi data Pintar Kota Bekasi. Maka dari itu peran Humas Pemerintah Kota Bekasi 2016 yaitu membentuk Citra Positif Kota Bekasi (<http://www.bekasikota.go.id>).

Memasuki usia ke-19, Kota Bekasi berhasil mengukir prestasi nyata di tahun 2016 diantaranya :

- a. Penerapan konsep *smart city*, kota bekasi juga berprestasi di tingkat provinsi maupun di tingkat nasional selama tahun 2015.

- b. Penghargaan *New and Ship Indonesia digital sociality award inside* atas apresiasi penerapan dan pembangunan teknologi informasi dan komunikasi”
- c. Mendapatkan predikat swasti saba padapa Kota sehat tingkat nasional”
- d. Keberhasilan dalam melaksanakan seleksi calon pegawai negeri sipil pada tahun 2014 menggunakan metode komputer *assist past* tingkat nasional”
- e. Pembinaan terbaik Peningkatan Peran Wanita Menuju Keluarga Sehat dan Sejahtera (P2WKSS) tahun 2015 kategori tingkat provinsi jawa barat”
- f. Tingkat pertama pelayanan penyediaan informasi publik terlengkap Monitoring.
- g. Mendapatkan opini keuangan Wajar Tanpa Pengecualian (WTP) dari Badan Pemeriksa Keuangan (BPK).

Prestasi–Prestasi yang telah didapat oleh Bekasi seakan tertutupi oleh fenomena *Bulllying* Bekasi yang telah terjadi sejak tahun 2014 sampai 2016 Total keseluruhan berjumlah 26 Prestasi untuk Bekasi di wilayah provinsi dan nasional. Fenomena tersebut menjadikan Bekasi memiliki *image* yang buruk. Hal tersebut, menurut Humas Pemerintah Kota Bekasi karena informasi yang memadai tentang Bekasi.

Selain membangun dan membentuk citra, Humas Pemerintah Kota Bekasi dibutuhkan dalam rangka mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan

dengan opini, persepsi, dan tanggapan masyarakat dalam merencanakan, mengkomunikasikan, menanggulangi, merespon, dan mengevaluasi untuk memperbaiki citra dari Bekasi. Humas melakukan perannya dalam hal Penelitian Secara Bertahap, Membuat rencana, Mengeksekusi, dan mengevaluasi sehingga dikedepannya terjadi pembentukan opini publik yang menjadikan citra publik kepada Bekasi.

Tahun 2016 merupakan tahun diselenggarakannya even nasional PON XIX/2016 (Pekan Olahraga Nasional) yang empat tahun yang lalu diselenggarakan di Provinsi Riau, Sekarang Jawa Barat menjadi tuan rumah kegiatan nasional tersebut. Jawa Barat memiliki 28 Kabupaten/Kota yang terdiri dari Bekasi, Bandung, Banjar, Bogor, Cimahi, Cirebon, Depok, Sukabumi, Tasikmalaya, dan 16 kabupaten lainnya. Meskipun Jawa Barat memiliki 28 Kabupaten/Kota akan tetapi hanya 16 Kabupaten/Kota yang dipercaya menjadi penyelenggara dan penyedia *venue* pada PON XIX/2016. Bekasi menjadi salah Penyelenggara pada *venue* sepak bola pada PON XIX/2016, dari mulai babak penyisihan sampai perempat final pada ajang sepak bola pada 2 stadion representatif untuk diadakannya even nasional di Bekasi.

Hal tersebut menjadi sebuah kesempatan untuk Bekasi untuk membentuk citra yang diharapkan setiap institusi terutama institusi pemerintahan. Kegiatan olahraga nasional yang hanya diselenggarakan empat tahun sekali ini dikuti oleh seluruh Provinsi yang ada di Indonesia dan

merupakan kegiatan yang memiliki kontribusi dalam segi sosial/ekonomi masyarakat dan infrastruktur suatu daerah tempat pelaksanaan kegiatan ini.

Menurut Bupati Bengkalis pada wartawan Riaupos menyatakan Jumlah uang beredar selama PON di Riau yakni 6 - 20 September diperkirakan mencapai Rp1,02 triliun. Jumlah ini didapatkan dari Rp 4,1 triliun prediksi peredaran uang dari wisatawan nusantara dan juga wisatawan asing yang datang ke Riau. Perhitungan ini diambil dari setiap orang berbelanja Rp20.000 - 400.000 per hari. Setiap atlet, official dan juga penggemar yang berbelanja di Riau lebih dari itu. Sebab mereka biasanya pasti beli oleh-oleh dari Riau. Dengan adanya PON di Riau, jumlah UKM yang berkembang juga tidak sedikit. Jumlah yang diterima Riau *Tourism Bord* mencapai 500 UKM. (<http://riaupos.com> diakses pada tanggal 8 april 2016).

Dari pemaparan di atas, membuktikan bahwa kegiatan PON memberikan kontribusi besar untuk masyarakat sekitar khususnya dalam hal ekonomi. PON XVIII di Provinsi Riau pada tahun 2012 sudah selesai, PON ke XVIII banyak memberikan kontribusi dari segi ekonomi khususnya kepada masyarakat dalam hal meningkatnya penjualan, meningkatnya kunjungan wisata dan menggerakkan perekonomian daerah. Selanjutnya, PON ke XIX diselenggarakan di Provinsi Jawa Barat pada tanggal 17 – 29 September 2016.

Dalam kegiatan PON XIX/2016 ini aparaturnya terutama Humas Pemerintah Kota Bekasi ditunjuk untuk bertanggung jawab sebagai

media center atau Pusat Informasi pada PONXIX/2016 di Bekasi terkait Cabang olahraga sepak bola yang diadakan pada Stadion Patriot Chandarabaga Kota Bekasi dan Stadion Wibawa Mukti Kabupaten Bekasi, maka Humas berkoordinasi dengan tim Pusat Humas PONXIX/2016 dengan menyediakan satu tempat sebagai Media Center untuk Petugas Media mendapatkan informasi dan mendapatkan liputan langsung dalam setiap pertandingan yang diadakan di dua Stadion ini.

Humas Pemerintah kota Bekasi juga Berusaha dalam membuat kegiatan, Seperti *Car Free day* dengan PON XIX/2016, Penyambutan Kirab Estafet Obor PON XIX/2016, dan Pelepasannya serta mengatur para masyarakat yang ingin mengisi kegiatan dalam memeriahkan kegiatan PON XIX/2016 di Bekasi.

Hal tersebut pula yang dapat menjadi dasar diperlukannya peran humas Pemerintah Kota Bekasi dalam mengambil sikap dan peran secara maksimal dalam membentuk citra positif melalui ajang kegiatan PON XIX/2016 yang dilaksanakan hanya 4 tahun sekali.

Humas Pemerintah Kota Bekasi mengharapkan dari Kegiatan Nasional ini memberikan kontribusi untuk memajukan terutama dalam pembangunan, pendidikan, dan ekonomi kreatif di Wilayah Kota Bekasi. Sesuai dengan Misi Kota Bekasi yaitu “Menyelenggarakan tata Kelola pemerintahan yang baik” sehingga tercipta “Bekasi yang Maju, Sejahterah dan Ihsan” Visi Kota Bekasi.

Langkah membentuk citra yang diharapkan melalui Kegiatan PON XIX melibatkan strategi pembangunan dan pembentukan yang didukung oleh segenap *stakeholder*, dan juga mengembangkan kualitas agar dapat bekerja dengan baik. Salah satunya adalah implementasi fungsi humas yang digunakan untuk membentuk citra yang diharapkan.

Maka dari itu Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti “Bagaimana Implementasi Fungsi Hubungan Masyarakat Pemerintah Kota Bekasi dalam membentuk Citra Harapan pada kegiatan PON XIX/2016 Jawa Barat di Bekasi?”. Agar penelitian ini tidak bias, maka penulis menetapkan judul penelitian sebagai berikut:

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya, yang kurang lebih memiliki tema yang sama, antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Kemal Farezy (Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA 2012) “Strategi *Media Relations* Humas Pemerintah Kota Bekasi Dalam Upaya Menangani Isu Negatif Kota Bekasi Di Media Sosial”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, metode studi kasus dan teori informasi organisasi dan konsep *Media Relations*.

Hasil Penelitian menunjukkan Humas Pemkot Bekasi sudah melakukan kegiatan *media relations* dengan baik, tidak hanya menggunakan media konvensional dalam kegiatan penyampaian pesan tetapi juga menggunakan media baru yaitu media sosial mengikuti perkembangan teknologi komunikasi. Dalam penelitian

ini memiliki kesamaan dalam objek penelitian tetapi yang membedakan, dalam penelitian ini lebih fokus kepada strategi *media relation* dan tidak menggambarkan bagaimana kinerja dan peran yang dilakukan di lapangan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Kirana Ambarwati (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta) “Peran dan Strategi Public Relations dalam membangun Citra perusahaan PT. PERSERO Angkasa Pura 1”. Metode penelitian yang digunakan adalah Penelitian Kualitatif Tipe Deskriptif dengan metode studi kasus karena penelitian dilakukan untuk memberikan makna dibalik data yang tampak dimana interaksi sosial dipelajari dan diurai.

Hasil penelitian membahas bagaimana program ini diidentifikasi membangun citra, mengemas pesan dalam pemilihan segmennya dan media. Serta bagaimana kemampuan riset dan penggunaan komunikasi yang etis menjadikan organisasi responsif. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam penelitian membangun/membentuk citra, tetapi yang membedakan citra yang dibentuk yaitu citra perusahaan secara menyeluruh.

3. Identifikasi Peran dan Fungsi Humas Dalam Program “Bebaskan Pengetahuan 2010” Bagi Kemampuan Penggalangan Dana Organisasi Nirlaba-Wikimedia Indonesia. Skripsi Siska Doviana, Mahasiswa Universitas Mercu Buana tahun 2010. Fakultas Ilmu

Komunikasi Bidang Hubungan Masyarakat. Penelitian ini meliputi konsep dasar komunikasi, humas, penjabaran dan fungsi humas, serta penggambaran organisasi nirlaba dan tantangannya.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif studi kasus, Hasil penelitian membahas bagaimana program ini diidentifikasi membangun citra, mengemas pesan dalam pemilihan segmennya dan media. Serta bagaimana kemampuan riset dan penggunaan komunikasi yang etis menjadikan organisasi responsif. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti proses pembanguana/ pembentukan citra sedangkan perbedaanya organisasi yang diteliti yaitu organisasi nirlaba-Wikipedia Indonesia. Karena dalam kesimpulannya penelitian mengidentifikasi bahwa peran dan fungsi humas mutlak dilakukan oleh organisasi nirlaba agar sukses mensosialisasikan misinya pada publik internal dan eksternalnya.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, karena peneliti akan membahas bagaimana Implementasi fungsi Hubungan Masyarakat Pemerintahan Kota Bekasi dalam membentuk citra harapan pada kegiatan Pekan Olahraga Nasional (PON XIX/2016) Jawa Barat di Bekasi.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut :

“Bagaimana Implementasi Fungsi Humas Pemerintah Kota Bekasi dalam membentuk citra harapan pada kegiatan Pekan Olahraga Nasional (PON XIX/2016) Jawa Barat di Bekasi ?”

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Memahami Implementasi Fungsi Hubungan Masyarakat Pemerintah Kota Bekasi pada saat PON XIX/2016 Jawa Barat.
2. Mengetahui cara Pemerintah Kota Bekasi membentuk citra harapan pada kegiatan PON XIX 2016 Jawa Barat di Bekasi.
3. Kegiatan apa yang dilakukan Humas Pemkot Bekasi selama PON XIX/2016 Jawa Barat di Bekasi

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana “Implementasi Fungsi Humas Pemerintah Kota Bekasi dalam membentuk Citra Harapan pada kegiatan Pekan Olahraga Nasional (PONXIX/2016) Jawa Barat di Bekasi”

1.5. Kontribusi Penelitian

1.5.1. Kontribusi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis dan mahasiswa FISIP UHAMKA untuk mengetahui bagaimana penerapan model pembentukan citra diterapkan dalam suatu organisasi yang difokuskan dengan teori informasi organisasi. Teori

tersebut berbicara tentang bagaimana organisasi memproses informasi untuk mengurangi ketidakjelasan informasi di bidang kehumasan.

1.5.2. Kontribusi Metodologis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dimasa yang akan datang terutama untuk penelitian terkait bagaimana humas mengelola pesan dan bekerja untuk berkembangnya informasi organisasi serta pembentukan citra melalui peranan humas pemerintah kota dalam kotribusinya terhadap kesuksesan suatu acara dengan lingkup luas. Penelitian ini menggunakan Pendekatan kualitatif yang bersifat studi kasus maka penelitian ingin menjelaskan secara komprehensif suatu kegiatan organisasi atau peristiwa secara sistematis. Teknik penelitian wawancara mendalam, dokumentasi, dan observasi, serta menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif.

1.5.3. Kontribusi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan saran dan masukan khususnya bagi Humas pemerintah Kota Bekasi dalam menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya, sekaligus menciptakan opini publik sebagai efeknya.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN : Pada bab ini, peneliti menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian (kontribusi akademis, kontribusi metodologis, kontribusi praktis), kelemahan dan keterbatasan penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN PEMIKIRAN : Pada bab ini dijelaskan tentang paradigma yang digunakan dalam penelitian. Bab ini peneliti menuliskan hakikat komunikasi, teori komunikasi seperti teori Informasi organisasi dan model pembentukan citra sebagai batasan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN : Pada bab ini dijelaskan tentang pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, metode penentuan informan, metode pengumpulan data, metode analisis data, lokasi penelitian dan jadwal penelitian.

BAB IV HASIL dan PEMBAHASAN : Pada bab ini berisikan penelitian, deskripsi hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP : Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Q-Anees, B,2007. Filsafat Ilmu Komunikasi. Bandung: Simbiosah Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro. 2007. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung : Simbiosah Rekatama Media
- Agus, Salim. 2001. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiarawencana.
- Argenti, Paul, 2009. *Corporate Communication*. Singapura. Mc Graw Hill Internasional
- Anggoro Linggar. 2005. *Teori & Profesi Kehumasan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Ardianto, Elvinaro, dan Soemirat, 2007, Pengantar Public Relations. Bandung: Simbiosah Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro, dan Soemirat, 2012, Dasar-Dasar Public Relations. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya
- Ardianto, Elvinaro, 2008, Public Relations Praktis. Bandung: Widya Padjajaran.
- Ardianto, Elvinaro, 2014, Handbook of Public Relations. Bandung: Simbiosah Rekatama Media.
- Abdul Wahab, Salichin. 2008. Pengantar Analisis Kebijakan. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press.
- Anggoro, Linggar.M, 2000, *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*, PT Bumi Aksara, Jakarta.

- Daniel Yadin. 2003. *Public Relations* (Frank Jeknis. Terjemahan) London : Indonesia.. Jakarta : Erlangga.
- Dunn, William. N. 2003. *Analisis Kebijakan Publik*. Yogyakarta:Gadjah Mada University Press
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Frida, Kusumastuti, 2002, Dasar-Dasar Humas, Edisi pertama, PT. Ghalia Indonesia, Jakarta Selatan.
- Jefkins, Frank. 2002. *Public Relations*. Jakarta: PT. Glora Aksara Pratama.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi* . Jakarta: Kencana Pranada Group.
- Mulyana, Deddy. 2011. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morrissan, M.A. 2009. *Teori Komunikasi Organisasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Morrissan, M.A. 2008. *MANAGEMENT PUBLIC RELATIONS: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nugroho, Riant, 2008, *Public Policy*, Jakarta. Elex Media Komputindo
- Usman, Nurdin. (2002). *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*. Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada.
- Olli dan Erlita. 2011. *Opini Publik*. Jakarta Barat : PT Indeks
- Pace, R Wayne dan Faules Don F. 2010. *Komunikasi Organisasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Ruslan, Rosady. 2010. *Management Public Relation dan Media Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Ruslan, Rosady. 2007. *Kampanye Public Relations*. Jakarta. PT. RajaGrafindo Persada.

Soleh Soemirat dan Elvinaro, Ardianto. 2008. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Yusuf, Muri. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Gabungan*. Jakarta: Kencana

Sumber Internet:

<http://www.bekasikota.go.id/read/15627/kota-bekasi-raih-terbaik-kedua-anugerah-satu-data-pembangunan-tingkat-jabar-2016> Minggu, 24 maret 2016

<http://www.bekasikota.go.id/read/16041/walikota-bekasi-evaluasi-poc> Kamis, 27 oktober 2016

<http://www.antaraneews.com/berita/565524/peroleh-wtp-wali-kota-bekasi-wajibkan-pegawai-pria-dicukur-botak> Kamis, 20 Oktober 2016

<http://www.bekasikota.go.id/detail/83-12-Sejarah-Kota-Bekasi> Kamis, 20 Oktober 2016

<http://bekasikota.go.id/detail/86-15-Visi-Misi> Kamis, 20 Oktober 2016

<http://gobekasi.pojoksatu.id/2016/09/13/jadwal-lengkap-pon-xix-jawa-barat/> Kamis, 20 Oktober 2016

<http://www.sejarah.indah.web.id/2010/12/sejarah-pon-pekan-olahraga-nasional.html> Senin, 24 Oktober 2016