

**PELAKSANAAN PUBLIC RELATIONS DI DINAS PERTANIAN, PANGAN, KELAUTAN DAN PERIKANAN KABUPATEN BANTUL**

**IMPLEMENTATION OF PUBLIC RELATIONS IN AGRICULTURAL DEVELOPMENT, FOOD, MARINE AND FISHERIES BANTUL REGENCY**

Eska Yoga Prasetya, Sutirman  
Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta  
E-mail: [eskayoga94@gmail.com](mailto:eskayoga94@gmail.com), [sutirman@uny.ac.id](mailto:sutirman@uny.ac.id)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pelaksanaan *public relations*, dan (2) hambatan-hambatan dalam pelaksanaan *public relations* di Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Informan penelitian sebanyak 3 pegawai dan dua orang warga. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam dan observasi. Teknik analisis data berupa pengumpulan data, reduksi data, *display* data, dan kesimpulan. Teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Pelaksanaan *public relations* di Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan Dan Perikanan Kabupaten Bantul dilakukan dengan cara (a) penjangkaran informasi, *public relations* bertugas untuk menggali informasi dari warga baik tertulis maupun wawancara. (b) Melakukan analisis situasi dengan cara pemantauan langsung ke kecamatan dan desa yang akan dijadikan sasaran lokasi warga binaan. (c) mengkomunikasikan semua program dinas yang sudah berjalan dan belum berjalan kepada masyarakat dengan cara mengadakan dialog bersama, menyediakan fasilitas kritik dan saran melalui web, email, dan kotak saran, serta membuat SIPADU (sistem informasi terpadu). (d) Sosialisasi ke masyarakat dalam bentuk pengenalan program, membuat baliho-baliho dan pamphelt tentang program dari dinas, serta melakukan koordinasi dengan pamong yang ada di masyarakat. (2) Hambatan dalam pelaksanaan *public relations* yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap informasi tentang program yang dirumuskan oleh pihak *public relation*, *public relation* kurang dalam menjalin kerjasama antar mitra salah satu contohnya adalah kerjasama dengan media cetak dan elektronik.

**Kata Kunci:***Pelaksanaan, Public Relation, Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan*

**Abstract**

*This study aims to determine: (1) implementation of public relations, and (2) obstacles in the implementation of public relations in the Department of Agriculture, Food, Marine and Fisheries Bantul regency. This research is a descriptive research. Informant research as many as 3 employees and two citizens. Methods of data collection using in-depth interviews and observation. Data analysis techniques in the form of data collection, data reduction, display data, and conclusions. The technique of data validity using source triangulation techniques and methods. The results showed that (1) The implementation of public relations in the Department of Agriculture, Food, Marine and Fishery Bantul Regency conducted by (a) information selection, public relations tasked to extract information from both written and interviewees. (b) Conduct a situation analysis by direct monitoring to the sub-districts and villages that will be targeted by the targeted community. (c) communicate all existing and unfunded programs to the community by engaging in joint dialogue, providing criticism and suggestions via the web, email and suggestion boxes, and making SIPADU (integrated information system). (d) Socialization to the community in the form of program introduction, making billboards and pamphelt about programs from offices, and coordinating with civilians in the community. (2) Obstacles in the implementation of public relations is the lack of public knowledge of information about the program formulated by the public relations, public relations is less in establishing cooperation among partners one example is cooperation with print and electronic media.*

**Keywords:** *Implementation, Public Relations, Department of Agriculture, Food, Marine and Fisheries*

## PENDAHULUAN

Lembaga pemerintah sebagai suatu organisasi yang selalu berhubungan dengan masyarakat tentu sangat membutuhkan bantuan dari masyarakat dalam rangka mencapai tujuan lembaga tersebut, begitu pula masyarakat juga sangat membutuhkan bantuan dari lembaga tersebut untuk mewujudkan suatu tujuan dari masyarakat tersebut. Harus adanya suatu hubungan timbal balik yang baik dan harmonis agar terjadi keselarasan hubungan antara lembaga pemerintahan dengan masyarakat. Lembaga pemerintahan harus mampu mengetahui apa yang dibutuhkan oleh masyarakat begitu pula masyarakat harus mampu menerima dan mendukung apa yang telah menjadi keputusan suatu lembaga pemerintah tersebut.

Lembaga pemerintahan tidak hanya melaksanakan tugas administrasi, tetapi juga bertugas meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam hal ini yang berperan langsung adalah pemerintah daerah. Pemerintah daerah harus mampu terjun langsung ke masyarakat untuk mengkomunikasikan semua kebijakan yang telah dibuat. Pemerintah daerah di tuntut untuk lebih dekat dengan masyarakat agar dapat mendengar dan melihat masalah apa yang sedang terjadi. Dalam menghadapi tuntutan seperti ini pemerintah harus menyiapkan bidang yang mengurus kegiatan komunikasi, hubungan ke masyarakat yaitu *public relations*.

*Public Relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan publik (Ardianto, 2011: 8). Secara struktural *public relations* merupakan bidang yang berperan penting dalam suatu organisasi. Ruslan (2002: 5) menjelaskan bahwa *Public Relations* merupakan fungsi manajemen untuk mencapai target tertentu yang sebelumnya harus mempunyai program kerja yang jelas dan rinci, mencari fakta,

merencanakan, mengkomunikasikan, hingga mengevaluasi hasil-hasil apa yang telah dicapainya.

Suatu organisasi perlu adanya komunikasi dengan pihak luar atau masyarakat. Komunikasi digunakan untuk menciptakan hubungan baik dengan masyarakat agar terjadi hubungan timbal balik dalam rangka mencapai suatu tujuan dari organisasi tersebut. *Public relations* merupakan fungsi strategis untuk mengoptimalkan pelayanan pemerintah terhadap masyarakat maupun menumbuhkan respon masyarakat selanjutnya partisipasi masyarakat akan berjalan dengan baik jika masyarakat merasa percaya terhadap pemerintahan itu sendiri.

Kepercayaan yang tinggi dari masyarakat akan baik jika pemerintah dapat membangun citra yang baik terhadap masyarakat. Pemerintah juga harus optimal dalam melakukan pelayanan terhadap masyarakat, respon pemerintah harus cepat terhadap keluhan masyarakat agar masyarakat merasa apa yang mereka inginkan selalu mendapat tanggapan baik dari pihak pemerintah.

Keterbukaan dari pemerintah dalam semua hal yang melahirkan kebijakan yang digunakan untuk menunjang pelayanan masyarakat juga menjadi aspek yang penting. Jika semua hal tersebut sudah dilaksanakan oleh pemerintah maka tingkat kepercayaan masyarakat akan meningkat.

*Public relations* pemerintah saat ini belum semua menerapkan hubungan yang baik dengan masyarakat dalam hal ini adalah Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul. Oleh karena itu, untuk menyikapinya maka diperlukan bagian yang menangani hubungan ke masyarakat.

*Public relations* di Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul belum berfungsi secara baik, hal ini dapat dilihat dari belum adanya bagian yang menerima aduan tentang masalah-masalah yang terjadi terkait dengan program-program yang dilakukan antara pihak dinas dengan masyarakat yang menjadi warga

binaan. Pentingnya peningkatan sarana dan prasarana untuk melancarkan arus informasi dan komunikasi dari pemerintah kepada masyarakat maupun sebaliknya. Sarana dan prasarana yang dimaksud yaitu perlu disiapkannya *website* dan *hotline*.

Pada sarana dan prasarana yang berupa *website* dapat digunakan oleh masyarakat untuk mengakses informasi yang berkaitan dengan program yang sudah dan akan dilaksanakan oleh pihak dinas. Pada sarana dan prasarana dalam bentuk *hotline* digunakan sebagai wadah untuk menampung aspirasi masyarakat yang berupa keluhan, kritik dan saran yang berkaitan dengan program-program yang dicanangkan oleh pihak dinas. Selain itu, Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul membutuhkan sumber daya manusia (SDM) yang memiliki keahlian di bidang komunikasi. Pegawai dengan latar belakang komunikasi disini dirasa paling efektif untuk menangani hubungan ke masyarakat.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. menyebutkan bahwa penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah ataupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan (Moleong, 2006: 6).

### **Setting Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada bulan September tahun 2017. Penelitian ini dilakukan di Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul.

### **Subjek dan Objek Penelitian**

Informan dalam penelitian ini yaitu pegawai bagian Humas di Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul sebanyak 3 pegawai Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul dan dua orang warga. Objek penelitian tentang pelaksanaan *public relations* di Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul.

## **Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data**

Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara mendalam. Teknik analisis data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan serta verifikasi. Teknik Keabsahan data menggunakan triangulasi. Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber dan metode.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Pelaksanaan Public Relations di Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul**

Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa pelaksanaan *public relations* di Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan Dan Perikanan Kabupaten Bantul dilakukan dengan cara (a) penjangkaran informasi, *public relations* bertugas untuk menggali informasi dari warga baik tertulis maupun wawancara. (b) Melakukan analisis situasi dengan cara pemantauan langsung ke lokasi terhadap kecamatan dan desa yang akan dijadikan sasaran lokasi setiap satu minggu satu kali. (c) mengkomunikasikan semua program dinas yang sudah berjalan kepada masyarakat dengan cara mengadakan dialog bersama, melakukan monitoring kegiatan, menyediakan fasilitas kritik dan saran melalui web, email, dan kotak saran, serta membuat SIPADU (Sisitem Informasi Terpadu). (d) Sosialisasi ke masyarakat, membuat baliho-baliho dan pamphelt tentang program dari dinas, serta melakukan koordinasi dengan pamong yang ada di masyarakat.

*Public relations* pada dasarnya merupakan aktivitas menciptakan hubungan harmonis antara organisasi/perusahaan yang diwakilinya dengan publiknya. Pelaksanaan kegiatan *public relations* merupakan implementasi dari tugas *public relations* untuk mencapai tujuan serta menjalankan fungsi dan peranannya secara menyeluruh. Kegiatan *public relations* pada hakikatnya adalah kegiatan berkomunikasi dengan

berbagai simbol komunikasi baik verbal maupun non verbal.

Hubungan masyarakat yang dalam istilah bahasa Inggris disebut *Public Relations (PR)*. Secara struktural *public relations* merupakan bidang yang berperan penting dalam suatu organisasi. *Public relations* merupakan penyelenggara hubungan antara organisasi dengan masyarakat yang mempengaruhi sukses tidaknya organisasi tersebut. Dalam organisasi, komunikasi digunakan untuk menciptakan hubungan baik dengan masyarakat agar terjadi hubungan timbal balik dalam rangka mencapai suatu tujuan dari organisasi tersebut.

*Public Relations* yang dilaksanakan oleh Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul kepada masyarakat. *Public relations* merupakan fungsi strategis untuk mengoptimalkan pelayanan pemerintah terhadap masyarakat maupun menumbuhkan respon masyarakat selanjutnya partisipasi masyarakat akan berjalan dengan baik jika masyarakat merasa percaya terhadap pemerintahan itu sendiri.

*Public Relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan publik (Ardianto, 2011: 8).

Sementara menurut Danandjaja (2011: 16), *Public Relations* adalah suatu fungsi manajemen yang menilai sikap publik, menunjukkan kebijaksanaan dan prosedur dari seorang individu atau sebuah lembaga atas dasar kepentingan publik, merencanakan, dan menjalankan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan dapat diterima dengan baik oleh publik.

Ruslan (2002: 5) menjelaskan bahwa *Public Relations* merupakan fungsi manajemen untuk mencapai target tertentu yang sebelumnya harus mempunyai program kerja yang jelas dan rinci, mencari fakta, merencanakan, mengkomunikasikan, hingga

mengevaluasi hasil-hasil apa yang telah dicapainya.

Pada analisis situasi tersebut pihak dinas membahas rencana kegiatan dan rencana anggaran untuk satu periode pada bulan Februari dan bulan Juli didasarkan dari penjarangan informasi sebelumnya. Pada tahap analisis juga dilakukan proses pemantauan terhadap kecamatan dan desa yang akan dijadikan sasaran lokasi dari rencana yang sudah diputuskan untuk dilakukan tindakan.

Pemantauan ini dilakukan oleh pihak dinas secara langsung dan beberapa warga binaan yang ditunjuk oleh dinas pada musyawarah yang dilakukan sebelumnya. Pentingnya tahap penjarangan informasi dan analisis situasi ini dilakukan karena sesuai dengan salah satu fungsi humas sebagai perumus kebijakan dan tujuan humas dalam meningkatkan kesejahteraan dari para pelaku usaha di Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul.

Menurut Djanalis Djanaid yang dikutip oleh Kusumastuti (2002: 22), “ada dua fungsi *public relations* yaitu fungsi konstruktif dan fungsi korektif”. Dalam fungsi konstruktif ini, *public relations* mendorong semua aktivitas/ kegiatan yang dilakukan perusahaan/ organisasi sehingga dapat terencana dan berkesinambungan yang cenderung bersifat proaktif. Sedangkan dalam fungsi korektif, *public relations* diibaratkan sebagai pemadam kebakaran, artinya apabila sebuah perusahaan/ organisasi terjadi masalah-masalah dengan publik, maka dapat segera mengatasi dan menyelesaikan masalah tersebut.

Menurut Nova (2011: 49), “fungsi utama PR adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antar lembaga (organisasi) dengan publiknya, internal maupun eksternal dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga organisasi”.

Langkah pertama yang harus dilakukan *public relation* adalah menjalin hubungan baik dengan publik internal

maupun eksternal, dengan cara mengenal baik publik, saling berkomunikasi dengan publik, dan selalu menjaga nama baik perusahaan/organisasi ketika sedang bekerjasama dan atau berhubungan dengan publik. Dengan begitu akan tercipta iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga/ perusahaan/ organisasi.

Pelaksanaan *Public Relations* yang dilaksanakan oleh Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul bertujuan untuk mengenalkan dan memasarkan Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul kepada masyarakat melalui program Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul, dengan begitu diharapkan masyarakat dapat turut aktif berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul. Di bawah ini akan disampaikan proses atau langkah pelaksanaan *public relations* di Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul.

Menurut Jefkins (2004: 9), *public relations* (PR) adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*goodwill*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya. Selain itu, Jefkins (2004: 10) menambahkan bahwa *public relations* adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.

*Public relations* di Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul mengkomunikasikan semua program dari Dinas pertanian kepada masyarakat, melakukan monitoring kegiatan (sebagai fasilitator), menyediakan web, email, dan kotak saran, serta membuat SIPADU (sistem informasi terpadu) yang nanti di dalamnya akan berisi lengkap profil Dinas Pertanian,

Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul. Hal ini menjadi penting untuk dilakukan supaya sejalan dengan fungsi humas sebagai yang melaksanakan evaluasi dan pelaporan di bidang Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul.

Pelaksanaan kegiatan *public relations* dapat dikatakan baik dengan melihat bagaimana partisipasi masyarakat pada kegiatan yang diselenggarakan oleh Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul, banyaknya respon dari masyarakat dalam aktivitas program Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul yang dilaksanakan sangat tergantung terhadap bagaimana proses sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul. Upaya-upaya yang dilakukan oleh Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul adalah bagian dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Effendy (1998: 153) merumuskan bahwa fungsi *public relations* adalah untuk menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi, membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik eksternal maupun internal, menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi, dan melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

Danandjaja (2011: 19) menjelaskan bahwa “fungsi *public relations* itu haruslah mencakup kepada hal sebagai berikut yaitu *it should serve the public's interest, maintain good communication, and stress good morals and manners*”. Artinya bahwa fungsi *public relations* adalah mengabdikan pada kepentingan publik, memelihara komunikasi yang baik, dan kegiatan *public relations* yang dijalankan haruslah menitikberatkan pada moral dan tingkah laku yang baik. Dengan begitu, tujuan organisasi yang berhubungan dengan publik akan tercapai

dan citra/*image* positif organisasi akan tetap terjaga.

Pelaksanaan *public relations* dengan melakukan sosialisasi ke masyarakat, membuat baliho-baliho dan pamphelt tentang program dari dinas, serta melakukan koordinasi dengan pamong yang ada di masyarakat. Hal ini dilakukan supaya pemerintah dengan masyarakat bisa bersama-sama melaksanakan program tersebut. Hal ini sejalan dengan teori Effendy (2002: 111) yang menjelaskan bahwa publik yang dijadikan sasaran humas sangat penting untuk dipahami secara seksama karena teknik komunikasi yang dilancarkan dan media yang digunakan ditentukan oleh sasaran.

#### **Hambatan-hambatan yang Muncul dalam Pelaksanaan *Public Relations* di Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul**

Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa hambatan dalam pelaksanaan *public relations* di Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap informasi tentang program yang dirumuskan oleh pihak *public relation*, *public relation* kurang dalam menjalin kerjasama antar mitra salah satu contohnya adalah kerjasama dengan media cetak dan elektronik.

*Public Relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan publik (Ardianto, 2011: 8).

Peran *public relations* adalah sebagai penghubung antara perusahaan dengan publik melalui penciptaan pendekatan dan pengelolaan *brand image* yang positif. Hal ini menjadi penting untuk dilakukan supaya seluruh kegiatan dan program yang dicanangkan oleh Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul dapat terlaksana sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Sejalan dengan hal tersebut dalam teorinya Nova (2011: 49), “fungsi utama PR adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antar lembaga (organisasi) dengan publiknya, internal maupun eksternal dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga organisasi”. Dari pendapat tersebut bahwa langkah pertama yang harus dilakukan *public relation* adalah menjalin hubungan baik dengan publik internal maupun eksternal, dengan cara mengenal baik publik, saling berkomunikasi dengan publik, dan selalu menjaga nama baik perusahaan/organisasi ketika sedang bekerjasama dan atau berhubungan dengan publik. Dengan begitu akan tercipta iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga/ perusahaan/ organisasi.

*Public relations* harus mampu membantu pimpinan, karyawan, investor, masyarakat, dan lain-lain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi terkait dengan perusahaan/ organisasi. Oleh karena itu, untuk mengatasi hambatan yang muncul tersebut dapat dilakukan dengan cara *public relations* menjalin hubungan dengan publik dalam menjalankan tugas-tugasnya.

Seorang *public relation* harus mampu mengembangkan *goodwill* dan memperoleh opini publik yang *favorable* atau menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai publik, serta kegiatan *public relations* pun harus dikerahkan ke dalam dan ke luar. peran *public relations* adalah sebagai penghubung antara perusahaan dengan publik melalui penciptaan pendekatan dan pengelolaan *brand image* yang positif. Hal ini menjadi penting untuk dilakukan supaya seluruh kegiatan dan program yang dicanangkan oleh Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul dapat terlaksana sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

*Public relations* lebih berorientasi kepada publik, baik internal maupun eksternal. Publik merupakan target utama *public relations* dalam suatu perusahaan/organisasi. Maka dari itu untuk dapat menciptakan pendapat publik yang menguntungkan terhadap perusahaan/organisasi, *public relations* harus mampu menjalankan fungsinya dengan baik. Pada penelitian ini fungsi *public relations* adalah membina hubungan baik dan harmonis dengan publik melalui komunikasi dua arah sehingga apabila terjadi masalah maka mampu menyelesaikan masalah-masalah perusahaan/organisasi yang ada di Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul.

Menurut Nova (2011: 49), “fungsi utama PR adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antar lembaga (organisasi) dengan publiknya, internal maupun eksternal dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga organisasi”. Dari pendapat tersebut bahwa langkah pertama yang harus dilakukan *public relation* adalah menjalin hubungan baik dengan publik internal maupun eksternal, dengan cara mengenal baik publik, saling berkomunikasi dengan publik, dan selalu menjaga nama baik perusahaan/organisasi ketika sedang bekerjasama dan atau berhubungan dengan publik. Dengan begitu akan tercipta iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga/ perusahaan/ organisasi.

Tugas *public relations* sangatlah banyak. Semua tugas harus bisa dilaksanakan *public relations* untuk mencapai tujuan perusahaan/organisasi. *Public relations* harus mampu membantu pimpinan, karyawan, investor, masyarakat, dan lain-lain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi terkait dengan perusahaan/organisasi. Oleh karena itu, menjalin hubungan dengan publik sangatlah diperlukan *public relations* ketika menjalankan tugas-tugasnya.

*Public relations* lebih banyak bertugas mengkoordinir dan memmanage/mengatur suatu kegiatan/agenda dalam perusahaan. Dalam hal ini, seorang *public relation* harus memiliki pengetahuan yang luas tentang bagaimana mengkoordinir dan mengatur suatu kegiatan/agenda agar dapat berjalan dengan lancar dan sukses dilaksanakan. Walaupun begitu, tugas *public relations* tetap bertujuan untuk kepentingan publik baik internal maupun eksternal perusahaan.

Seorang *public relation* harus memiliki pengetahuan dan keterampilan yang luas ketika menjalankan tugasnya terhadap suatu kegiatan/agenda perusahaan. Selain itu juga, kreativitas pun sangat diperlukan, karena dengan begitu, akan memunculkan ide-ide/gagasan baru tentang tugas apa yang harus dikerjakan atau kegiatan apa yang harus dilaksanakan untuk lebih meningkatkan kualitas perusahaan di mata masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya.

## SIMPULAN DAN SARAN

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Pelaksanaan *public relations* di Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan Dan Perikanan Kabupaten Bantul dilakukan dengan cara (a) penjangkaran informasi, *public relations* bertugas untuk menggali informasi dari warga baik tertulis maupun wawancara. (b) Melakukan analisis situasi dengan cara pemantauan langsung ke kecamatan dan desa yang akan dijadikan sasaran lokasi warga binaan. (c) mengkomunikasikan semua program dinas yang sudah berjalan dan belum berjalan kepada masyarakat dengan cara mengadakan dialog bersama, menyediakan fasilitas kritik dan saran melalui web, email, dan kotak saran, serta membuat SIPADU (system informasi terpadu). (d) Sosialisasi ke masyarakat dalam bentuk pengenalan program, membuat baliho-baliho dan pamphelt tentang program dari dinas, serta melakukan koordinasi dengan pamong yang ada di masyarakat.
2. Hambatan dalam pelaksanaan *public relations* yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap informasi tentang

program yang dirumuskan oleh pihak *public relation*, *public relation* kurang dalam menjalin kerjasama antar mitra salah satu contohnya adalah kerjasama dengan media cetak dan elektronik.

### SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan di atas maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul perlu meningkatkan keterlibatan masyarakat dengan mengikut sertakan sebagai pelaksana teknis seperti dalam pengambilan keputusan dalam setiap program yang di canangkan oleh Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul.
2. Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul dapat membuat layanan masyarakat sebagai tempat menerima masukan dan saran yang datang dari masyarakat seperti dikolom-kolom website atau dengan mengadakan kotak saran yang diletakkan di lingkungan Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul.
3. Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul perlu mempublikasikan setiap kegiatan baik melalui media cetak maupun elektronik secara rutin untuk membangun citra positif di kalangan masyarakat.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Danandjaja. 2011. *Peranan Humas dalam Perusahaan*. Cetakan pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Effendy, Onong Uchjana. 1998. *Human Relations dan Public Relations dalam Manajemen*. Bandung: CV Mandar Maju.

- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations. Terjemahan Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Kusumastuti, Frida. 2002. *Dasar-Dasar Humas*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2002. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*, Edisi Revisi, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2012. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

### Profil Singkat

Eska Yoga Prasetya, lahir pada tanggal 6 Agustus 1994 di Yogyakarta, merupakan mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran angkatan 2013.

Dr. Sutirman, M.Pd., lahir pada tanggal 3 Januari 1972. Jenjang pendidikan S1 di IKIP Negeri Yogyakarta yang lulus pada tahun 1997. Jenjang pendidikan S2 di Universitas Negeri Yogyakarta lulus pada tahun 2009 serta jenjang S3 di Universitas Negeri Yogyakarta.