

PELAKSANAAN HUMAS DI PASAR SENI GABUSAN

PRACTICING PUBLIC RELATIONS IN PASAR SENI GABUSAN

Dwi Riyanti, Joko Kumoro
Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta,
d.riyanti13@gmail.com, jokokum@uny.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan humas di Pasar Seni Gabusan serta hambatan-hambatan dalam pelaksanaan humas di tempat tersebut. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Informan dalam penelitian ini adalah Koordinator Pasar Seni Gabusan, Kepala Bagian Administrasi, dan staf humas. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang terkumpul, kemudian dianalisis dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data penelitian ini menggunakan teknik triangulasi metode dan sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan humas di Pasar Seni Gabusan yaitu (1) penemuan masalah dengan observasi langsung dan data-data yang ada (2) perencanaan kegiatan humas yang mencakup tujuan kegiatan, waktu kegiatan, dan penanggungjawab kegiatan (3) pelaksanaan kegiatan yang telah direncanakan sebelumnya dengan mempertimbangkan media, fasilitas dan tanggapan publik terhadap program tersebut (4) melakukan evaluasi secara umum terkait dengan pelaksanaan program dan menilai keberhasilan program melalui tanggapan publik atas program tersebut. Hambatan dalam pelaksanaan humas adalah (1) terikat dengan peraturan pemerintah yang cenderung kaku (2) pengelolaan media yang kurang maksimal (3) tidak adanya sumber dana kegiatan.

Kata kunci: humas, pelaksanaan humas

Abstract

The research aim to know the public relations activities at Pasar Seni Gabusan and the obstacles along that activities. This was a descriptive research using qualitative approach. The research informants consist of Pasar Seni Gabusan coordinator, head of administration and public relations staff. The data collection taken by observation, interview, and documentation. The data were collected, then be analyzed by data reduction, data presentation, and conclusion withdrawal. The validity of the data was acquired through triangulation method and source. The result of the research shows that (1) Fact finding using direct observation and records (2) planning a program among goal, time and actor program (3) action is implementation of planning with a media, facilities, and feedback of program (4) evaluating to evaluate a successfully that program. The obstacles met in the discussion program were (1) bound with rules of government (2) less maximum usage of social media (3) there is no fund to program.

Keyword : public relations, public relations activity

Pendahuluan

Aktivitas perkantoran tidak lepas kaitannya dengan komunikasi. Kegiatan komunikasi menjadi kebutuhan bagi setiap organisasi. Organisasi yang memiliki kegiatan komunikasi yang baik terlihat dari terpenuhinya informasi yang dibutuhkan pihak lain. Informasi tidak hanya diperlukan untuk pemenuhan kebutuhan semata namun juga untuk menjalin kerja sama dengan pihak lain.

Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi dari pembawa informasi kepada penerima informasi baik langsung maupun melalui media. Komunikasi tidak lepas dari unsur-unsur pembentuknya yaitu pesan, pembawa informasi, penerima informasi dan media. Setiap organisasi harus mampu berkomunikasi dengan baik. Segala aktivitas yang menjadi fungsi dan tugas organisasi tidak akan dapat berjalan jika masing-masing personel tidak memiliki informasi yang mencukupi dalam bidangnya begitu juga sebaliknya, pelaksanaan tugas tidak akan terlaksana dengan baik apabila informasi yang ada tidak mencukupi. Kegiatan untuk menyampaikan informasi organisasi atau memperoleh informasi yang berguna untuk organisasi disebut dengan kegiatan kehumasan.

Kegiatan humas menjadi salah satu tolok ukur keberhasilan suatu perusahaan dalam hal penyampaian informasi. Kehumasan menjadi penting karena informasi yang akan disampaikan nantinya berpengaruh terhadap respon dari pihak luar. Respon pihak luar ada yang positif, artinya semakin menambah citra baik perusahaan atau juga respon negatif yang membuat pihak luar enggan bekerjasama dengan perusahaan. Oleh karena itu, organisasi ingin mendapat respon positif salah satunya dengan menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik. Hubungan yang harmonis akan dapat diciptakan apabila publik bersedia mendukung atau membantu organisasi tersebut. Tanpa dukungan dari publik, perusahaan atau instansi akan jatuh. Oleh karena itu, setiap perusahaan saling bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis untuk merebut hati publiknya, siapa yang paling berhasil itulah yang menang.

Humas atau sering disebut *public relations* sering disamaartikan dengan *marketing* atau

pemasaran, terdapat perbedaan diantara keduanya. Menurut Smith (Haryanto dan Rozza, 2012: p.96) humas merupakan fungsi manajemen yang memusatkan perhatian pada interaksi jangka panjang antara organisasi dengan organisasi untuk memperoleh *goodwill*, pengertian yang saling menguntungkan serta dukungan. Sedangkan pemasaran merupakan fungsi dalam manajemen yang memusatkan perhatian pada produk atau jasa untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Humas berperan membangun persepsi dan anggapan dari masyarakat, untuk membeli produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan yang memiliki citra baik dan sudah dipercaya. Artinya humas memiliki peran dalam memperluas cakupan konsumen yang telah direncanakan.

Humas atau *Public relations* merupakan suatu fungsi yang berperan melakukan komunikasi untuk menimbulkan pemahaman dan penerimaan dari publik yang dalam proses penerimaan publik ini, perusahaan perlu memperhatikan hubungan yang harmonis dengan masyarakatnya seperti terbuka, jujur, *fair*, konsisten dan tidak mengasingkan diri.(Kasali, 2003:p.7).

Pendapat lain disampaikan oleh Roger Haywood (Kasali, 2003:p.3) bahwa seorang *public relations* harus bisa mentransfer pribadinya agar timbal balik dengan perusahaan atau organisasi. Dimana kepribadian tersebut didukung oleh strategi cara- cara membangun kepribadian perusahaan atau organisasi. sedangkan, kepribadian perusahaan dibentuk dari beberapa elemen antara lain : 1)kepribadian dan perilaku pemilik dan para eksekutif puncak perusahaan, 2)kepribadian dan perilaku para front liner, 3)budaya perusahaan, 4)hubungan antara perusahaan dan pihak-pihak lain, misalnya pemerintah komunitas, konsumen, pemasok, bank, pasar, dan sebagainya, 5)karya – karya yang dipublikasikan (iklan, artikel, slogan, pidato, surat, dan sebagainya), 6)identitas korporat (logo, desain, interior, ekterior), 7)caracara penanganan krisis.

Keberadaan humas menurut Nova (2011,p.52) bertujuan untuk melaksanakan serangkaian kegiatan untuk membentuk dan

memperkaya identitas dan citra perusahaan di mata *stakeholders (performance objective)* dan mengidentifikasi permasalahan yang timbul sehubungan dengan kegiatan komunikasi yang dilaksanakan oleh perusahaan (*Support of counsumer market objective*)

Pasar Seni Gabusan atau PSG didirikan oleh Pemerintah Kabupaten Bantul dengan tujuan membuka pasar global di bidang kerajinan yang dapat merangsang pengembangan kreativitas para pengrajin dan pengusaha. Oleh karenanya, lahan seluas 4,5 hektar dipersiapkan untuk membangun sebuah pasar seni dengan fasilitas yang sangat memadai dan bertaraf internasional. Luas lahan yang cukup untuk membuat pasar dengan konsep taman rekreasi dan ruang pameran dengan dilengkapi fasilitas lain pendukung seperti tempat parkir luas, restoran, mushola, dan sebagainya seharusnya dapat memperkenalkan Gabusan sebagai ikon kerajinan masyarakat Bantul. Namun, dalam perjalanannya itu hanya menjadi harapan.

Setelah dibangun pada tahun 2004 sampai sekarang, kondisi pasar masih terlihat sepi pengunjung dan banyak kios kosong dan terbengkalai. Segala macam bentuk promosi dan publikasi telah dilakukan oleh pihak manajemen. Namun hasilnya masih jauh dari harapan. Keramaian pengunjung hanya bisa dilihat dihari-hari tertentu seperti hari raya idul fitri dan liburan semester. Sedangkan pada hari biasa hanya satu atau dua orang yang datang bahkan tidak ada yang datang sama sekali. Berikut ini data pengunjung pada tahun 2016 – 2017 :

Tabel 1. Data Pengunjung dan Omzet Pasar Seni Gabusan Tahun 2016 dan 2017

Bulan	2016		2017	
	Pengunjung	Omzet (dalam Rp)	Pengunjung	Omzet (dalam Rp)
Jan.	4.136	64.575,5	2.391	69.198,4
Feb.	6.274	77.135	4.448	70.575,2
Mar.	4.452	65.491	39.609	69.974,8
Apr.	4.750	46.675	11.471	67.845
Mei	6.898	93.593	11.987	66.541,5
Jun.	3.466	111.385	12.105	68.161,1
Jul.	5.937	104.307	48.872	109.023,7
Agu.	152.516	88.383,5	89.675	139.000,5
Sep.	3.158	96.495	15.112	125.705
Okt.	11.040	109.735	15.484	137.069
Nop.	14.326	86.792	0	0
Des.	10.423	123.605	0	0
Total	227.376	1.068.172	251.154	923.094,2

penjualan mengalami penurunan sebesar 14% dibandingkan tahun 2016. Persentase tersebut dapat diambil dengan cara $923.094.200/1.068.172.000 \times 100\% = 86,4\%$, sehingga selisih diantara keduanya adalah 13,6%. Penurunan pengunjung dan omzet mengakibatkan banyak sekali perombakan yang dilakukan salah satunya adalah pemangkasan pengelola. Pengelola yang dulunya berjumlah 44 orang, saat ini hanya berjumlah 17 orang. Pemangkasan jumlah pengelola secara besar-besaran ini bukan tanpa alasan. Beban kerja yang tidak seberapa serta pemasukan yang jauh dari cukup membuat Pemda harus mengurangi jumlah pengelola. Disisi lain, minimnya jumlah pengelola saat ini, mengakibatkan beban kerja yang tidak terkontrol. Sehingga banyak terjadi penumpukan pekerjaan. Adanya penumpukan jenis pekerjaan yang berbeda kepada seorang pegawai membuat kurang maksimalnya pekerjaan yang dilakukan.

Sumber : Data pra survey penelitian

Berdasarkan data di atas, apabila menggunakan persentase pada tahun 2017 omzet

Pendapatan yang jauh dari harapan menjadikan beberapa kios enggan untuk buka, hanya ada satu atau dua kios di setiap los yang

ada. Padahal di awal pendiriannya ada 300 kios dan sekarang hanya mencapai 79 kios yang ada. Tidak adanya kontrak kerja antara pemilik kios dan pengelola menyebabkan pemilik dengan mudahnya pergi dan datang kembali. Setiap harinya, hanya ada satu dua kios yang buka, sedangkan lainnya hanya saat liburan sekolah atau kunjungan wisata. Beberapa pemilik kios yang masih setia menjaga kiosnya berharap pihak manajemen melakukan promosi lebih untuk keberadaan PSG. Pihak pengelola belum bisa menangani permasalahan ini, sehingga kepercayaan pemilik kios semakin menurun dan banyak yang memilih untuk pergi.

Pendapatan yang sedikit, adalah penyebab pemilik kios memilih untuk menjual barang kerajinannya di pusat kota meskipun dengan harga yang murah. Harapan menjadi pusat jual beli karya seni khas Bantul semakin jauh. Keberadaan PSG harus selalu dipertahankan. Namun bukan berarti menutup mata dengan persaingan yang ada. PSG harus menjadikan persaingan tersebut sebagai cambuk untuk segera melakukan strategi publikasi yang efektif.

Strategi tersebut harus didukung dengan perencanaan yang matang, menurut Lattimore, dkk ((2010, p.99) kegiatan humas merupakan hasil dari saling pengertian antara organisasi dengan publiknya yang dilakukan melalui empat tahap yaitu riset, perencanaan, aksi dan komunikasi, serta evaluasi.

Riset merupakan mencari informasi awal yang dibutuhkan dalam merencanakan aksi *public relations* yang dilakukan menyimpan dokumen, kontak utama, komite khusus, kelompok fokus, pemantauan informal, internet, perpustakaan, sumber *database*, seperti analisis isi, riset survey, dan riset eksperimental.

Perencanaan adalah menetapkan tujuan terkait dengan *mission statement*. Menetapkan situasi berdasarkan riset awal, menentukan ancaman dan peluang, meneliti dan menyeleksi audien, mengembangkan sebuah tema untuk program, mengembangkan sasaran dari rencana, menciptakan strategi untuk mencapai sasaran, mengembangkan taktik untuk

mengimplementasikan strategi, membuat teknik evaluasi, membuat anggaran, membuat jadwal waktu, dan menunjuk personel.

Aksi dan komunikasi, merupakan implementasi strategi sebagai kebijakan dan atau proyek organisasi yang baru. Evaluasi merupakan pengukuran efektivitas usaha PR untuk memberikan arah dan penekanan baru untuk program yang sedang berjalan. Pengukuran tersebut dapat dilakukan dengan liputan media dan pengaruhnya, ukuran kegiatan, mulut ke mulut, pesan berbasis web, penguatan reputasi perusahaan.

Sedangkan menurut Anggoro (2005, p.77) kegiatan humas perlu perencanaan yang cermat dan hati-hati sehingga memperoleh hasil yang nyata baik dipergunakan dalam jangka pendek maupun panjang. Kegiatan humas terdiri dari pengenalan situasi, penentuan tujuan, pendefinisian khalayak, pemilihan media dan teknik-teknik humas, perencanaan anggaran, dan pengukuran hasil.

Pada tahap penentuan tujuan, mengharuskan penentuan skala prioritas karena banyaknya tugas dari humas atau *public relations*. Selanjutnya dalam tahap perencanaan anggaran perlu rencana anggaran untuk memperhitungkan media mana yang harus digunakan untuk menjangkau khalayak yang telah dipilih sesuai dengan keterbatasan anggaran yang ada. Dan tahap terakhir yaitu evaluasi teknik dalam menganalisis situasi sering digunakan untuk mengevaluasi hasil yang telah dicapai, metode evaluasi biasanya ditentukan pada tahap perencanaan atau bisa disesuaikan saat proses pelaksanaan dan setiap program harus memiliki target pasti yang bisa dijadikan tolok ukur hasil riil yang telah dicapai.

Pihak pengelola juga mengelola sebuah *web site* untuk mengenalkan Pasar Seni Gabusan ke pihak luar, yang berisi informasi mengenai produk dan fasilitas lain yang ditawarkan. Namun, minimnya informasi yang ada, membuat masyarakat tidak mengetahui keberadaan pasar seni tersebut. Selain itu, penyampaian informasi yang tidak *up to date* dan tidak menarik menyebabkan *web site* tersebut menjadi daftar

terakhir dalam mesin pencarian internet. Penggunaan media humas lainnya yaitu *facebook* dan brosur yang penyebarannya masih belum optimal.

Penggunaan media seharusnya disesuaikan dengan khalayak yang dituju. Menurut Anggoro (2005; p.174) media terbagi menjadi 2 yaitu eksternal dan internal media eksternal yaitu media audiovisual, literature audioaktif, komunikasi lisan, pameran, sponsor. Sedangkan media internal yaitu jurnal internal, papan pengumuman, kaset video atau CCTV, stasiun radio sendiri, jaringan telepon internal, kotak saran, insentif bicara, siaran umum, obrolan langsung dan sebagainya.

Pihak pengelola Pasar Seni Gabusan selalu berupaya menjalankan program-program yang ada serta bekerja sama dengan berbagai pihak. Pelaksanaan humas yang baik adalah yang tepat sasaran. Sasaran yang dimaksud adalah subyek, publik, khalayak atau stakeholder yang mungkin berbeda setiap organisasi (Anggoro,2005:78). Penentuan khalayak dilakukan 1) untuk menciptakan skala prioritas sehubungan dengan terbatasnya dari sumber-sumber daya lainnya 2) untuk memilih media dan teknik humas yang sekiranya paling sesuai 3) untuk mempersiapkan pesan-pesan sedemikian rupa agar cepat dan mudah diterima

Oleh karena itu, dibutuhkan pengertian dan kepercayaan dari semua pihak yang kemudian penulis sampaikan dalam penelitian ini yang berjudul Pelaksanaan Humas di Pasar Seni Gabusan. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan humas dan hambatan-hambatan dalam pelaksanaan humas di Pasar Seni Gabusan.

Dari pendapat tersebut, penulis simpulkan bahwa pelaksanaan humas terdiri dari pencarian data atau fakta, perencanaan kebutuhan, pelaksanaan program, dan evaluasi.

Metode penelitian

Desain penelitian yang dipakai adalah penelitian deskriptif, penelitian ini menggunakan satu variabel penelitian sehingga pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif dipilih karena menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, atau kelompok atau pertanyaan yang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap fakta sesuai dengan kondisi sebenarnya. Desain penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif bertujuan untuk menggali mengenai fakta tentang pelaksanaan humas di Pasar Seni Gabusan.

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Seni Gabusan yang beralamat di Jl. Parangtritis km 9, Sewon, Bantul yang dilaksanakan pada bulan April 2018 sampai dengan Mei 2018..

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan 3 metode yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian dengan berbantuan pedoman observasi, dokumentasi dan dokumentasi.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dibagi ke dalam empat tahapan yaitu: pengumpulan data, reduksi data display data atau penyajian data penarikan kesimpulan.

Pelaksanaan humas yang baik adalah yang tepat sasaran. Sasaran yang dimaksud adalah subyek, publik, khalayak atau stakeholder yang mungkin berbeda setiap organisasi. (Anggoro,2005:78). Penentuan khalayak dilakukan 1) untuk menciptakan skala prioritas sehubungan dengan terbatasnya dari sumber-sumber daya lainnya 2) untuk memilih media dan teknik humas yang sekiranya paling sesuai 3) untuk mempersiapkan pesan-pesan sedemikian rupa agar cepat dan mudah diterima.

Teknik pemeriksaan keabsahan data merupakan teknik yang dipakai untuk memeriksa dan membandingkan keabsahan dari suatu data. Teknik yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan triangulasi. Teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi metode dan

sumber. Teknik triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan dan meninjau balik data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan teknik triangulasi sumber dilakukan dengan cara membandingkan data yang diperoleh dari hasil wawancara atau narasumber satu dengan yang lain. Data triangulasi dapat dikatakan absah atau *valid* apabila terdapat konsistensi atau kejelasan informasi dari berbagai metode dan sumber.

Hasil penelitian dan pembahasan

Hasil penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh maka dapat diuraikan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Deskripsi tempat penelitian

Pasar Seni Gabusan (PSG) berdiri pada tahun 2004 yang merupakan pusat jual beli karya seni dan produk kerajinan masyarakat Bantul. Lokasi yang strategis yaitu di jl. Parangtritis km 9,5. Pasar Seni Gabusan merupakan wujud peduli Pemerintah Kabupaten Bantul terhadap karya seni khas daerah Bantul yang pengelolaannya diserahkan kepada Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi (Disperindagkop) Kab. Bantul. Namun, semenjak adanya restrukturisasi, pemisahan ketiga elemen Disperindagkop yaitu Dinas Perindustrian, Dinas Perdagangan, dan Dinas Koperasi maka PSG diserahkan kepada Dinas Perdagangan di bagian pengembangan pasar. Segala aktivitas PSG menjadi tanggung jawab dan wewenang dari Dinas Perdagangan termasuk dengan personel dan anggaran belanja PSG.

Tugas pokok dan fungsi

Kegiatan humas dapat terdiri dari beberapa jenis kegiatan yang dilakukan secara insidental maupun berkelanjutan. Pengelompokan jenis pekerjaan yang sama akan lebih memudahkan dalam pelaksanaan dan pengawasan. Namun, pekerjaan humas di Pasar Seni Gabusan belum terkoordinir dengan baik karena tidak adanya rincian *job desk* yang jelas. Sehingga, pelaksana tugasapun hanya melakukan sesuai instruksi

atasan. Sesuai dengan pernyataan narasumber RR “Kalau bicara tugasnya apa saya bingung ya mbak, soalnya saat pengangkatan saya juga gak dijelaskan harus ngapain. Selama ini ya saya melakukan perintah dari koordinator saja. Kalau dinas kan bilanganya sama koordinator baru nanti saya yang melaksanakan”. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, tugas humas adalah melaksanakan hasil keputusan dari koordinator sebagai perpanjangan dari Dinas Perdagangan. Sedangkan fungsi dari humas Pasar Seni Gabusan menurut narasumber RR adalah “Fungsi dari bagian humas terutama saya ya mbak, sebagai penyebar informasi kalau ada *event*, mengelola media seperti facebook dan *website*, dan juga penyelenggara kegiatan di Pasar Seni Gabusan baik itu kegiatan milik PSG atau luar.

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi tersebut dapat diperoleh informasi bahwa fungsi humas di Pasar Seni Gabusan adalah mengelola komunikasi baik langsung atau dengan media, intern dan ekstern namun belum terorganisir dengan baik karena belum ada rincian job desk yang seharusnya menjadi pedoman.

2. Deskripsi data penelitian

Pencarian data atau fakta

Pencarian fakta dapat dilakukan melalui beberapa cara, Pasar Seni Gabusan sendiri melakukan observasi lapangan untuk mendapatkan informasi terkait tentang kebutuhan atau kepuasan pengunjung di Pasar Seni Gabusan. Sesuai dengan informasi dari narasumber RR yaitu manajemen nanti membuat proposal pengajuan kegiatan ke dinas untuk mendapat dana. Sedangkan ide kegiatan itu darimana ya dari kita manajemen, hasil dari melihat kondisi saat ini kemudian tren yang terjadi lalu kita buat program bersama”

Sedangkan menurut hasil observasi, pencarian fakta yang dilakukan di Pasar Seni Gabusan biasanya melalui observasi singkat dengan melihat fenomena yang

terjadi, tak jarang pengelola berinteraksi langsung dengan pengunjung. Selain dari observasi langsung yang dilakukan, ada beberapa data juga dari arsip milik Dinas Perdagangan yang digunakan oleh pengelola untuk mencari data.

Perencanaan program

Pada tahap perencanaan program, tahun ini Pasar Seni Gabusan mengalami kesulitan terkait dengan adanya sumber dana kegiatan. Pernyataan dari narasumber AW yaitu “karena sekarang kita gak ada dana ya kita gak melakukan apa-apa mbak, paling kalau dinas mau ngadain kegiatan disini ya mereka yang bertanggung jawab kita hanya bantu saja sedangkan kalau pihak luar yang mau ngadain acara, kita hanya sebagai penyedia tempat”. Hal ini dijelaskan oleh narasumber WD, bahwa Pasar Seni Gabusan sudah tidak mendapat dana kegiatan dari pemerintah seperti berikut :

“ya itu tadi mbak, karena tidak ada dana jadi kita tidak membuat kegiatan. Kalau dulu mbak, kita masih dapat dari dinas yang diambil dari APBD namun setelah Pasar Seni Gabusan menjadi pasar rakyat yang diperkuat dengan peraturan no. 56 tahun 2018 itu kita resmi tidak mendapat dana lagi. Oleh karenanya kegiatan kita hanya berfokus pada penyedia tempat kegiatan, workshop dan lainnya yang tidak membutuhkan dana kegiatan”

Pelaksanaan program

Pelaksanaan program dilakukan oleh semua elemen yang ada di Pasar Seni Gabusan. berdasarkan hasil observasi, pengelola menggunakan media cetak dalam penyampaian informasi yaitu berupa brosur. Kerja sama juga dilakukan dengan pemerintah setempat untuk promosi PSG dengan mengadakan kegiatan di PSG. Pasar seni gabusan selalu melakukan kegiatan sesuai dengan perencanaan yang sudah dibuat sebelumnya, dan selalu berhasil. Baik event dari luar yang hanya meminjam tempat atau event dari pemerintah sebagai

tuan rumah dan partisipan kegiatan. Berdasarkan hasil observasi Pasar Seni Gabusan melakukan kegiatan humas dengan menggunakan media cetak yaitu brosur sedangkan untuk media elektronik ada namun tidak digunakan dalam penyampaian informasi serta melakukan kerja sama dengan pemerintah. Sedangkan dari hari dokumentasi diperoleh rencana kegiatan dan jenis media yang ada.

Evaluasi program

Pada tahap evaluasi yang dilakukan oleh Pasar Seni Gabusan, lebih banyak berkoordinasi dengan pemerintah. Seperti yang disampaikan oleh narasumber RR “sebenarnya sering mbak kita ada evaluasi sama dinas, tapi hanya koordinator yang mewakili kalau saya sendiri belum pernah ikut koordinasi. Sedangkan kalau kita yang disini tidak pernah ada evaluasi” .

Menurut hasil observasi, evaluasi yang dilakukan oleh Pasar Seni Gabusan hanya dilakukan dengan dinas sedangkan untuk pengelola sendiri lebih ke bahasan singkat. Evaluasi merupakan langkah akhir untuk mengawali yang baru, namun pentingnya evaluasi tersebut masih belum dirasa penting oleh pengelola.

Pembahasan

1. Pelaksanaan humas di Pasar Seni Gabusan

Pencarian ide atau fakta

Kegiatan humas di Pasar Seni Gabusan diawali dengan pencarian ide atau fakta. Kegiatan ini dilakukan tidak terencana atau bisa dikatakan insidental. Pencarian ide atau fakta bisa dilakukan oleh semua orang di lingkungan Pasar Seni Gabusan. Proses ini biasanya dilakukan melalui observasi terhadap pengunjung yang datang. Tidak adanya batasan dalam melakukan interaksi dengan pengunjung, menjadikan semua pihak sebagai pengamat yaitu pengelola dan penjaga kios.

Media lain dalam pencarian ide atau fakta yaitu dengan informasi

pendukung yang ada seperti data pengunjung, omzet penjualan, dan pelaksana *event*. Informasi tersebut selalu diperbarui setiap bulannya. Sehingga, data yang dihasilkan akurat sesuai dengan waktu kebutuhan. Informasi tersebut juga dilaporkan kepada Dinas Perdagangan Kabupaten Bantul setiap bulannya sebagai hasil perkembangan Pasar Seni Gabusan. Ide atau fakta-fakta yang diperoleh digunakan untuk menyusun program kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan saat itu. Penyampaian ide atau fakta tersebut disampaikan kepada koordinator begitu pula ide yang berasal dari penjaga kios atau yang lainnya akan disampaikan ke koordinator yang kemudian diserahkan kepada kepala bagian administrasi untuk dibuat pengajuan proposal.

Perencanaan kebutuhan

Tahap kedua dalam kegiatan humas yaitu perencanaan. Perencanaan di Pasar Seni Gabusan merupakan pembuatan proposal untuk diajukan ke Dinas Perdagangan. Perencanaan dibuat setelah menetapkan situasi berdasarkan hasil dari pencarian ide atau fakta. Proses perencanaan ini sangat penting, karena tidak semua pengajuan proposal diterima oleh Dinas Perdagangan.

Perencanaan yang matang akan memudahkan pelaksanaan program begitu juga dengan sebaliknya. Namun, secara rinci akan menyulitkan dalam penyesuaian ketika terjadi penyimpangan. Seharusnya, perencanaan dibuat dengan menentukan ancaman dan peluang. Perlunya penentuan tersebut karena penyimpangan bisa terjadi sewaktu-waktu. Perencanaan yang dibuat oleh Pasar Seni Gabusan mencakup tiga hal yaitu penentuan tujuan, membuat jadwal waktu dan menunjuk personel.

Perencanaan juga meliputi strategi yang dilakukan untuk menjaring publik.

Strategi tersebut bisa berupa media yang digunakan, adanya ikon kegiatan, dan lain sebagainya. Pasar Seni Gabusan tidak menggunakan strategi khusus dalam merencanakan kegiatan tersebut. Media yang digunakan adalah media yang ada yaitu brosur dan sosial media seperti *web site* dan *facebook*. Perencanaan yang telah dibuat disusun dalam bentuk proposal kemudian diajukan kepada Dinas Perdagangan.

Pelaksanaan program

Pelaksanaan kegiatan humas merupakan implementasi dari perencanaan yang telah dibuat. Sehingga dalam tahap ini tidak membutuhkan banyak pemikiran melainkan aksi sesuai dengan rencana. Pelaksanaan program perlu memperhatikan adanya penyimpangan yang kemungkinan terjadi, jauh dari perencanaan yang dibuat, komunikasi antar personel kegiatan, serta tanggapan dari publik atas program yang diadakan.

Kepala bagian administrasi sebagai pelaksana kegiatan memiliki tanggung jawab lebih untuk mensukseskan kegiatan yang ada. Oleh karena itu, penyediaan fasilitas yang cukup dan lebih menyudutkan perhatian kepada para pengunjung menjadi tugas pelaksana kegiatan. Kegiatan lainnya yang dilakukan adalah memastikan kegiatan berlangsung sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat dan sebisa mungkin mengurangi adanya penyimpangan.

Melakukan evaluasi

Evaluasi biasa dilakukan di tengah atau akhir. Evaluasi tengah biasanya digunakan dalam program jangka panjang yang membutuhkan koordinasi rutin sedangkan evaluasi akhir biasanya digunakan untuk program singkat yang harus segera diketahui hasilnya untuk perbaikan di program selanjutnya.

Perlunya evaluasi juga didukung oleh adanya penyesuaian-penyesuaian yang terjadi ketika ada penyimpangan dari rencana yang dibuat. Tanpa adanya evaluasi, tidak akan ditemukan solusi terbaik dalam menyelesaikan dari penyimpangan yang ada.

Tahap evaluasi merupakan yang terpenting dalam kegiatan humas, karena setelah program selesai hasil evaluasi masih dipergunakan. Evaluasi program menyangkut dengan kesesuaian dengan rencana, hasil yang diperoleh, serta output yang dihasilkan. Metode evaluasi seharusnya sudah ditentukan dalam perencanaan, namun adakalanya dilakukan insidental tergantung program yang diadakan. Pemilihan metode evaluasi yang digunakan juga berarti memilih alat ukur untuk menentukan keberhasilan program. Alat ukur yang digunakan harus bersifat umum dan tidak terpengaruh dengan unsur subyektif.

Evaluasi oleh Pasar Seni Gabusan dilakukan dengan Dinas Perdagangan dengan tidak melibatkan seluruh pelaksana kegiatan. Hasilnya berupa hal-hal yang bersifat umum, sedangkan untuk pengembangan program sendiri belum ada. Terbatasnya waktu dan banyaknya personel dari pengelola pasar lain menyebabkan pembahasan yang tidak menyeluruh. Sehingga tidak ditemukan hasil yang benar-benar bermanfaat untuk program selanjutnya.

2. Hambatan dalam pelaksanaan humas di Pasar Seni Gabusan

Beberapa hambatan yang terjadi dalam pelaksanaan humas di Pasar Seni Gabusan yaitu :

- a. Pasar Seni Gabusan merupakan lembaga yang didirikan oleh pemerintah kabupaten Bantul sehingga pelaksanaannya diatur oleh dinas. Lembaga pemerintah dalam pelaksanaannya lebih bersifat kaku karena segala

sesuatunya harus sepengetahuan dan seijin dari pemerintah daerah.

- b. Sebagai lembaga pemerintah, Pasar Seni Gabusan tidak mengelola dana sendiri, semua pemasukan langsung diserahkan kepada dinas yaitu Dinas Perdagangan. Sehingga, operasional Pasar Seni Gabusan selalu bergantung pada pemerintah yang tidak menentu kapan pencairannya.
- c. Minimnya pengetahuan tentang teknologi dari pelaksana humas karena tidak semuanya lulusan perguruan tinggi, lebih banyak yang lulusan SMA/SMK.

Kesimpulan dan saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan di bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa pelaksanaan kegiatan humas di Pasar Seni Gabusan adalah sebagai berikut :

- a. Menemukan masalah yang ada dengan mencari kebenaran melalui observasi langsung dan data-data yang ada di Pasar Seni Gabusan
- b. Merencanakan kegiatan dengan memperhatikan tujuan kegiatan, menentukan waktu dan memilih personel
- c. Melaksanakan kegiatan yang telah direncanakan dengan memperhatikan aspek – aspek seperti media yang digunakan, fasilitas yang ada, tanggapan publik terhadap program tersebut
- d. Melakukan evaluasi secara umum terkait dengan pelaksanaan program dan menilai keberhasilan program tersebut dengan cara melihat tanggapan publik atas program tersebut.

Pelaksanaan humas di Pasar Seni Gabusan memiliki beberapa hambatan yaitu
1) pasar Seni Gabusan sebagai lembaga milik pemerintah sehingga bersifat kaku dan harus tunduk pada peraturan bupati Bantul
2) pengelolaan media yang kurang maksimal
3) tidak adanya sumber dana kegiatan

4)minimnya pengetahuan teknologi dari pelaksana humas.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dengan segala kekurangan memberikan saran :

- a. Pasar Seni Gabusan perlu meningkatkan hubungan dengan dinas terkait, demi kelancaran akses seperti dana dan fasilitas dengan cara sering berinteraksi langsung seperti menjadi sponsor untuk kegiatan dinas.
- b. Pasar Seni Gabusan perlu meninjau lebih lanjut dalam tahap perencanaan program, mencakup segala aspek yang berkaitan dengan program seperti menentukan ancaman dan peluang, anggaran kebutuhan, sasaran, strategi publikasi, dan teknik evaluasi.
- c. Pengelola Pasar Seni Gabusan perlu lebih aktif dalam mengenalkan Pasar Seni Gabusan kepada masyarakat luas dengan mengoptimalkan media humas yang ada serta melalui pers.
- d. Pengelola Pasar Seni Gabusan perlu mencari sumber dana lain dengan melakukan kerja sama dengan instansi swasta seperti penyelenggara pameran dan biro wisata atau komunitas sebagai penyewa tempat untuk kegiatan.
- e. Perlunya evaluasi dalam setiap kegiatan bukan hanya sekedar membahas kebersihan dan keamanan namun juga capaian program sesuai dengan tolok ukur dalam teknik evaluasi yang telah direncanakan.

Daftar Pustaka

- Anggoro, M.L. (2005). *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Haryanto, R &Rozza, S. (2012). *Pengembangan Strategi Pemasaran dan Manejemen Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 1, 27-34
- Kasali, R. (2003). *Manajemen Public Relations : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Lattimore, Dan dkk. (2010). *Publik Relations: Profesi dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nova, F. (2011). *Crisis Public Relations*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Profil singkat

Dwi Riyanti, lahir pada tanggal 10 Juli 1994 di Ngawi, Jawa timur. Merupakan mahasiswi Pendidikan Administrasi Perkantoran angkatan 2012.

Bapak Drs. Joko Kumoro, M.Si., lahir pada tanggal 26 Juni 1960. Jenjang Pendidikan S1 Universitas Negeri Yogyakarta tahun lulus 1984 dan S2 Universitas Indonesia tahun 1997.