
**PELAKSANAAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM RANGKA MENINGKATKAN CITRA
LEMBAGA DI BALAI TEKNOLOGI KOMUNIKASI PENDIDIKAN
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Penulis 1: Tusri Suharyadi
Penulis 2: Muhyadi
Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran
Email: tusri008@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pelaksanaan aktivitas *public relations* dalam rangka meningkatkan citra lembaga di BTKP DIY, 2) faktor penghambat pelaksanaan *public relations* dalam meningkatkan citra lembaga di BTKP DIY, 3) upaya yang dilakukan BTKP DIY dalam menangani berbagai hambatan tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Informan penelitian ini adalah Kepala Balai, Kepala Seksi Layanan dan Promosi, dan Staff Seksi Layanan dan Promosi. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tahap-tahap reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan. Keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode. Dari hasil penelitian dapat ditemukan bahwa pelaksanaan aktivitas *public relations* dalam meningkatkan citra lembaga di BTKP DIY sudah berjalan dengan baik walaupun belum sepenuhnya optimal. Faktor penghambat pelaksanaan *public relations* dalam rangka meningkatkan citra lembaga adalah: (1) kurang tersedianya sumber daya manusia pelaksana *public relations* yang dimiliki BTKP DIY, (2) kurangnya komunikasi yang dilakukan oleh pelaksana *public relations* kepada *stakeholder*. Upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan pada pelaksanaan *public relations* BTKP DIY adalah: (1) memberikan pelatihan kepada pelaksana *public relations* dalam hal pemanfaatan iptek, (2) penggunaan media komunikasi yang tepat untuk meningkatkan hubungan komunikasi dengan *stakeholder*.

Kata kunci: *public relations*, citra lembaga

***IMPLEMENTATION OF PUBLIC RELATIONS IN ORDER IMPROVING THE IMAGE
INSTITUTION IN BALAI TEKNOLOGI KOMUNIKASI PENDIDIKAN
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA***

ABSTRACT

This research is aimed to find out: 1) The implementation of public relations activity in order to improve the image of the institution in BTKP DIY, 2) The obstacle factors of public relations implementation in order to improve the image of the institution in BTKP DIY, 3) The efforts which were done by BTKP DIY to solve those obstacles. This research belongs to descriptive research with a qualitative approach. The informants of this research are The Head of the Institute, The Head of Service and Promotion Section, and The Staffs of Service and Promotion Section. The data was collected by using observation technique, interview, and documentation. Data analysis was done through the stage of data reduction, data presentation, and draw the conclusion. The validity of the data was using source and method triangulation technique. From the results of the research it is find that the implementation of the public relations activity in order to improve the image of the institution in BTKP DIY has been going well, although it is not yet thoroughly optimum. The obstacle factors of the public relations implementation in order to improve the image of the institution are: (1) lack of availability of the human resources involved in public relations belonged to BTKP DIY, (2) lack of

communication conducted by the public relations implementer to the stakeholder. The efforts which were done to solve those obstacles in the public relations implementation in BTKP DIY are: (1) provide the training to the public relations implementer in terms of science and technology usage, (2) the use of appropriate communication media to improve communication link with the stakeholder.

Keywords : *public relations, image of the institution*

PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu dan teknologi yang amat pesat membuat globalisasi menjadi suatu hal yang tidak terelakkan. Sedangkan globalisasi mendatangkan dampak yang amat serius bagi masyarakat yang tidak siap menghadapinya. Akibat dari globalisasi menjadikan persaingan untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik akan semakin tajam. Hal tersebut dikarenakan pada masa lalu masih memungkinkan dilakukannya proteksi oleh pemerintah setempat. Persaingan untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik relatif terbatas pada ruang tertentu, misalnya dalam satu desa, daerah atau paling tinggi dalam satu negara.

Persaingan di era globalisasi terjadi pada masyarakat antar dunia. Siap atau tidak siap, masyarakat akan menghadapi persaingan global. Bagi masyarakat yang tidak siap akan terpinggirkan, sedangkan masyarakat yang sudah siap telah memiliki modal dan eksistensi dalam persaingan global. Meskipun demikian, kesiapan saja tidak mempunyai arti banyak, jika tidak didukung oleh kualitas sumber daya manusia yang memadai. Sehubungan dengan itu, penyiapan kualitas sumber daya manusia yang memadai adalah tanggung jawab pendidikan. Selain itu sumber daya manusia harus menguasai teknologi yang ada untuk memperoleh informasi dan komunikasi. Menurut Depdiknas (2007) Teknologi Informasi mempunyai pengertian luas

yang meliputi segala hal yang berkaitan dengan proses, penggunaan sebagai alat bantu, manipulasi, dan pengelolaan informasi. Belum meratanya penyebaran teknologi informasi akan berpengaruh terhadap proses perkembangan pendidikan. Hal ini dikarenakan peran teknologi informasi di dunia pendidikan sangatlah penting. Adanya teknologi informasi segala macam ilmu pengetahuan dan informasi dapat diterima dan didapatkan dengan mudah dan cepat. Salah satu upaya menghadapi kehidupan di masa mendatang, sektor teknologi informasi dan komunikasi merupakan sektor yang paling dominan. Seseorang yang menguasai teknologi ini, maka dia akan menjadi pemimpin dalam dunianya.

Setiap daerah di Indonesia tentunya memiliki organisasi atau lembaga kedinasan yang memiliki tugas secara teknis. Salah satu lembaga kedinasan yang ada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta adalah Balai Teknologi Komunikasi Pendidikan (BTKP) Daerah Istimewa Yogyakarta. Balai ini memiliki tugas menyelenggarakan pengembangan, produksi, dan layanan pembelajaran serta teknologi komunikasi pendidikan. Lembaga ini merupakan Unit Pelaksana Teknis (UPTD) yang bernaung di lingkungan Pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta pada Dinas Pendidikan, Pemuda dan Olahraga (Dikpora) Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

BTKP DIY selalu berupaya menjalankan program secara teknis serta meningkatkan citra positif bagi Balai Teknologi Komunikasi Pendidikan dalam melaksanakan tugasnya. Menurut Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2008: 114) “citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan”. BTKP DIY sebagai UPTD harus memberikan kontribusi yang nyata dalam hal penyelenggara pengembangan, produksi, dan layanan pembelajaran serta teknologi komunikasi pendidikan melalui kinerja yang baik agar mendapatkan citra yang baik. Selama ini upaya yang dilakukan sangat bagus, namun upaya itu belum merata untuk institusi pendidikan, para pemerhati pendidikan maupun masyarakat yang berada di wilayah pelosok di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Hasil observasi menunjukkan kurangnya ruang informasi bagi masyarakat yang ingin mengetahui dan mendapatkan hasil produk media pembelajaran yang telah dibuat oleh BTKP DIY. Sebenarnya banyak institusi pendidikan, para pemerhati pendidikan maupun masyarakat umum yang terdapat di Daerah Istimewa Yogyakarta belum mengetahui produk media dari BTKP DIY namun kurang ada perhatian dari pemerintah dalam mempublikasikan produk dan layanan dari BTKP DIY. Pemanfaatan media sebagai sarana publikasi harus dilakukan semaksimal mungkin oleh pelaksana *public relations*. Menurut Lena Satlita (2002: 57) “media adalah sarana komunikasi yang sering digunakan oleh praktisi *public relations* untuk menyampaikan pesan kepada publiknya, dan sekaligus mampu meningkatkan citra”. Penggunaan media itu antara lain melalui media cetak dan media elektronik. Namun BTKP DIY hanya menggunakan media elektronik berupa website sebagai sarana publikasi hasil produk dan layanan. Penggunaan baliho atau pemasangan

banner di tempat strategis seharusnya bisa dilakukan agar semua masyarakat mengetahui hasil dan produk media pembelajaran dari BTKP DIY. Sebenarnya tidak sedikit warga masyarakat yang membutuhkan informasi untuk mengetahui apa saja produk media pembelajaran yang dihasilkan oleh BTKP DIY.

Sehubungan dengan perkembangan teknologi saat ini BTKP DIY berusaha mengoptimalkan seluruh bagian kerja sesuai dengan seksi yang sudah dibentuk. Salah satunya adalah Seksi Layanan dan Promosi yang juga menangani *public relations*, untuk tetap eksis dalam bidang pengembangan, produksi, dan layanan pembelajaran serta teknologi komunikasi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Proses pelaksanaan *public relations* terdiri dari penelitian, perencanaan, kegiatan *public relations*, dan evaluasi (Rachmadi, 1996: 111). BTKP DIY sebagai UPTD yang bernaung di lingkungan Pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta pada Dinas Pendidikan, Pemuda, dan Olahraga (Dikpora) Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dapat membangun citra lembaga tersebut melalui pelaksanaan *public relations* yang baik.

Bekerjasama dengan pemerintah pusat sudah dilakukan berupa penyelenggaraan kegiatan kemasyarakatan dengan pemberian layanan materi pembelajaran melalui radio, internet, dan intranet guna menarik simpati dan antusias untuk mengetahui produk dan layanan dari BTKP DIY. Kerjasama dengan pemerintah ini dilakukan dalam rangka sosialisasi keberadaan dan meningkatkan eksistensi BTKP DIY sebagai produsen media pembelajaran berbasis TIK. Namun masih saja terdapat kendala dalam penyelenggaraan program kegiatan

kemasyarakatan seperti kurang tersedianya sumber daya manusia pelaksana kegiatan *public relations*. Hal ini dapat dilihat dari struktur organisasi di BTKP DIY dimana pelaksana kegiatan *public relations* dari Seksi Layanan dan Promosi hanya dilakukan oleh tiga orang dan pelaksanaannya belum maksimal.

Berhubung kurang tersedianya pelaksana kegiatan *public relations* di BTKP DIY, hal ini menyebabkan kurangnya komunikasi yang dilakukan oleh pelaksana kegiatan *public relations* kepada *stakeholder*. Sejauh ini, khusus untuk pelaksanaan *public relations* pada BTKP DIY, ada suatu hal yang biasa terjadi dan menjadi suatu kebiasaan yang berlaku, bahwa bagian *public relations* baru akan bergerak apabila ada instruksi dari atasan (*top down*), atau apabila ada suatu kegiatan yang sifatnya rutin dilaksanakan.

Berdasarkan sejumlah masalah yang ada dapat dilihat bahwa pelaksanaan *public relations* di BTKP DIY sebenarnya sudah berjalan dengan baik namun belum maksimal. BTKP sudah melaksanakan kegiatan *public relations* guna meningkatkan citra lembaga. Citra merupakan kesan yang timbul karena pemahaman suatu kenyataan. Upaya meningkatkan citra lembaga BTKP DIY membutuhkan perhatian, kerjasama, dan dukungan dari semua pihak baik pihak masyarakat, pemerintah, dan pihak-pihak lainnya. Oleh karena itu dibutuhkan *public relations* untuk menjalin saling pengertian dan kepercayaan dengan semua pihak yang terkait agar tercipta hubungan komunikasi yang harmonis. Berhubung pentingnya masalah *public relations* maka masalah ini sangat menarik untuk ditelaah lebih jauh yaitu memberikan gambaran atau potret terkait “Pelaksanaan *Public Relations* dalam rangka meningkatkan citra lembaga di

Balai Teknologi Komunikasi Pendidikan Daerah Istimewa Yogyakarta.”

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif karena penelitian ini bertujuan untuk mengungkap mengenai pelaksanaan kegiatan *public relations* dalam rangka meningkatkan citra lembaga di Balai Teknologi Komunikasi Pendidikan (BTKP) Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Balai Teknologi Komunikasi Pendidikan Daerah Istimewa Yogyakarta. Mengenai waktu penelitian dilaksanakan pada 15 September 2015 sampai 15 Oktober 2015.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Kepala Kantor Balai Teknologi Komunikasi Pendidikan (BTKP) DIY, Kepala Seksi Layanan dan Promosi, dan Karyawan Layanan dan Promosi. Total jumlah subjek penelitian ini adalah 3 orang. Subyek penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana subyek penelitian yang dipilih berdasarkan kriteria dan pertimbangan bahwa subyek tersebut berkaitan langsung dengan pelaksanaan *public relations* sehingga diharapkan dapat memberikan informasi selengkap-lengkapny mengenai pelaksanaan *public relations*.

Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi.

Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa pedoman wawancara, observasi dan dokumentasi.

Teknik Analisi Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis interaktif, dengan lima langkah sebagai berikut: 1) pengumpulan data; 2) mengorganisasikan data; 3) pengelolaan data; 4) verifikasi dan penafsiran data, dan 5) pengambilan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

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

1. Pelaksanaan *Public Relations* dalam Rangka Meningkatkan Citra

Pelaksanaan kegiatan *public relations* dalam rangka meningkatkan citra lembaga tidak terlepas dari proses perencanaan dan pertimbangan yang baik. Pelaksanaan kegiatan *public relations* mempunyai peran yang penting demi tercapainya tujuan dari BTKP DIY.

a. Pelaksana *public relations*

Seksi Layanan dan Promosi sebagai pelaksana kegiatan *public relations* di BTKP DIY mempunyai tugas untuk mempromosikan dan mensosialisasikan semua program kegiatan yang ada di BTKP DIY. Kegiatan layanan yang dilakukan oleh BTKP DIY antara lain dengan peningkatan layanan kebutuhan media pembelajaran berbasis TIK, peningkatan layanan bimbingan pemanfaatan media pembelajaran

berbasis TIK bagi pendidik dan tenaga kependidikan. Pelaksana *public relations* juga melakukan promosi dengan cara peningkatan sosialisasi dan promosi produk media pembelajaran melalui berbagai kegiatan seperti rapat koordinasi, keikutsertaan dalam pameran, dan penyelenggaraan berbagai lomba berbasis TIK bagi sekolah, guru, dan siswa serta siaran interaktif di televisi. Setelah kegiatan promosi dan sosialisasi ini dilakukan, jumlah pengunjung ke BTKP DIY yang ingin belajar mengenai pemanfaatan media pembelajaran mengalami peningkatan. Hal ini tidak terlepas dari strategi *public relation* yang dilakukan oleh BTKP DIY.

b. Strategi *public relations*

Pelaksanaan *public relations* memerlukan strategi komunikasi yang tepat agar mempermudah penilaian masyarakat. Selain itu *public relations* berusaha memperkenalkan produknya kepada publik sehingga harus mempengaruhi dan membujuk sasaran yang dituju. Dalam pelaksanaan kegiatan *public relations* BTKP DIY melakukan sosialisasi produk dan layanan, menjalin hubungan yang baik dengan *stakeholder*, *launching* produk, dan memberikan layanan unggulan. Pelaksanaan kegiatan ini mampu menambah wawasan kepada masyarakat mengenai penggunaan media pembelajaran berbasis teknologi informasi dan komunikasi. Selain itu

kegiatan *public relations* mampu meningkatkan hubungan yang harmonis dengan *stakeholder* sekaligus meningkatkan citra BTKP DIY.

BTKP DIY menjalin kerjasama dengan *stakeholder* terkait. Kegiatan kerjasama yang dilakukan BTKP DIY dengan beberapa sekolah yang ada masih kurang terjalin dengan baik. Pelayanan kepada sekolah masih terbatas pada sekolah yang dijadikan sampel dalam ujicoba produk sehingga pemanfaatan produk media pembelajaran berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi masih sangat terbatas. Penggunaan media sebagai sarana informasi dan komunikasi kepada *stakeholder* harus lebih informatif. Misalnya dengan media cetak berupa majalah, pemasangan *banner* atau baliho ditempat strategis. Media cetak sangat penting untuk menjadi alat program sosialisasi maupun kegiatan komunikasi dengan *stakeholder*. Penerbitan majalah setiap bulan mampu meningkatkan eksistensi dari BTKP DIY dan memberikan informasi mengenai bentuk layanan dan produk media pembelajaran berbasis teknologi informasi dan komunikasi. Kegiatan komunikasi dengan *stakeholder* harus dilakukan dengan cara terjun langsung ke sekolah-sekolah di daerah yang belum terjangkau keberadaan teknologi informasi dan komunikasinya agar seluruh sekolah yang berada di DIY mendapatkan

bentuk layanan dan hasil produk media pembelajaran berbasis teknologi informasi dan komunikasi yang dihasilkan oleh BTKP DIY.

c. Sasaran *public relations* BTKP DIY

Public relation yang praktis adalah usaha profesional untuk memproyeksikan keberhasilan perusahaan sehingga dapat mencapai sasaran-sasarannya. Adapun sasaran yang dituju dari pelaksanaan *public relations* oleh BTKP DIY adalah sekolah sebagai *stakeholder* dan masyarakat pada umumnya. Sekolah terdiri dari guru dan siswa, karena kemajuan guru dan siswa dibidang TIK adalah tanggungjawab BTKP DIY. Pelaksana *public relations* pada BTKP DIY sudah melakukan kegiatan pelayanan kepada *stakeholder* dan menjalin kerjasama dengan *stakeholder*. Berdasarkan data yang diperoleh, minat guru yang ingin mengikuti pelatihan yang diadakan oleh BTKP DIY dari tahun ke tahun meningkat. Meskipun cakupan dari sasaran dari kegiatan pelayanan belum semua *stakeholder* bisa mengikuti kegiatan pelayanan yang dilakukan oleh BTKP DIY karena kurangnya komunikasi dengan beberapa sekolah yang ada.

d. Media *public relations* yang digunakan BTKP DIY

Penggunaan media sebagai sarana untuk mengenalkan BTKP DIY kepada publiknya. *Public relations* dalam suatu organisasi dalam

menjalankan aktivitasnya tidak lepas dari media yang digunakan untuk mengusahakan hubungan baik dengan publiknya untuk mencapai tujuan. Media yang digunakan sebagai sarana memperkenalkan BTKP DIY kepada publiknya adalah media cetak dan media elektronik.

Media cetak yang digunakan oleh BTKP DIY yaitu *broschur*. BTKP DIY tidak menggunakan *banner*, majalah, dan hal sejenisnya dalam memperkenalkan hasil produk dan layanan. Pemasangan *banner* di tempat strategis belum dilakukan, penerbitan majalah belum dilakukan oleh BTKP DIY guna memberikan informasi maupun pengetahuan mengenai pemanfaatan media pembelajaran berbasis teknologi informasi dan komunikasi.

BTKP DIY menggunakan media elektronik sebagai pilihan utama dalam memperkenalkan produk dan layanan serta menjalin komunikasi dengan publiknya. Media elektronik yang digunakan antara lain internet, telephone, televisi, dan radio. Ada banyak media yang dapat digunakan sebagai sarana informasi dan sosialisasi mengenai produk dan layanan dari BTKP DIY. Berbagai media tersebut sangat penting untuk menjadi alat atau instrumen sebagai program sosialisasi. Selain penggunaan media untuk memperkenalkan produk dan layanan, kualitas produk dan layanan harus

ditingkatkan agar bisa meningkatkan jumlah pengunjung ke BTKP DIY.

Berdasarkan hasil penelitian, pelaksanaan kegiatan *public relations* di BTKP DIY sudah berjalan dengan baik walaupun belum sepenuhnya optimal. Pengaruh positif yang didapatkan dengan adanya kegiatan *public relations* di BTKP DIY yaitu meningkatkan citra lembaga. Namun, pihak BTKP DIY harus meningkatkan komunikasi dengan sekolah, khususnya di daerah terpencil agar kerjasama dengan seluruh sekolah yang ada di Provinsi DIY berjalan dengan baik.

2. Hambatan Pelaksanaan *Public Relations* pada BTKP DIY

Usaha pelaksanaan *public relations* dalam rangka meningkatkan citra lembaga di BTKP DIY belum berjalan dengan optimal karena masih ada hambatan yang dihadapi. Kegiatan evaluasi seharusnya dilakukan secara berkala. Kegiatan evaluasi tersebut dilakukan untuk mengetahui hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan *public relations* yang dijalankan BTKP DIY sehingga dapat menemukan solusi untuk menghadapi hambatan tersebut. Evaluasi dapat diketahui oleh BTKP DIY dengan memperhatikan hasil dari pelaksanaan *public relations*. Berikut hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan *public relations*:

- a) Sumber Daya Manusia yang kurang menguasai Ilmu Pengetahuan Teknologi dalam pelaksanaan *public relations*.

- b) Pelaksana *public relations* perlu meningkatkan kegiatan promosi hasil produk yang dihasilkan oleh BTKP DIY agar masyarakat lebih mengenal lagi produk yang telah dihasilkan. Jadi perlu keberanian dari pelaksana *public relations* dalam mempromosikan produk.
- c) Kurangnya komunikasi yang dilakukan oleh BTKP DIY dengan *stakeholder*.

3. Upaya yang Dilakukan untuk Mengatasi Hambatan pada Pelaksanaan *Public Relations* di BTKP DIY

Berdasarkan hasil penelitian, upaya yang dilakukan BTKP DIY dalam mengatasi hambatan pelaksanaan *public relations* adalah sebagai berikut:

- a) BTKP DIY memberikan pelatihan kepada pelaksana *public relations*.
- b) Meningkatkan hubungan komunikasi dengan *stakeholder*.

Kesimpulan

Kesimpulan mengenai pelaksanaan *public relations* dalam rangka meningkatkan citra lembaga di BTKP DIY adalah sebagai berikut:

1. Pelaksanaan *Public Relations* dalam rangka meningkatkan citra lembaga di BTKP DIY.

Pelaksana kegiatan *public relations* pada BTKP DIY dalam rangka meningkatkan citra lembaga dilakukan oleh Seksi Layanan dan Promosi. Pelaksana *public relations* melakukan promosi dengan cara peningkatan sosialisasi dan promosi produk media pembelajaran melalui berbagai kegiatan

seperti rapat koordinasi, keikutsertaan dalam pameran, dan penyelenggaraan berbagai lomba berbasis TIK bagi sekolah, guru, dan siswa serta siaran interaktif di televisi. Strategi *public relations* dalam rangka meningkatkan citra lembaga dengan cara melakukan sosialisasi produk dan layanan, menjalin hubungan yang baik dengan *stakeholder*, *launching* produk, dan memberikan layanan unggulan. Kegiatan kerjasama yang dilakukan BTKP DIY dengan beberapa sekolah yang ada masih kurang terjalin dengan baik. Pelayanan kepada sekolah masih terbatas pada sekolah yang dijadikan sampel dalam ujicoba produk sehingga pemanfaatan produk media pembelajaran berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi masih sangat terbatas.

Sasaran yang dituju dari pelaksanaan *public relations* oleh BTKP DIY adalah sekolah sebagai *stakeholder* dan masyarakat pada umumnya. Sekolah terdiri dari guru dan siswa. Media yang digunakan sebagai sarana komunikasi kepada publiknya yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak yang digunakan adalah *broschur*. Sedangkan media elektronik yang digunakan adalah internet, telephone, televisi, dan radio.

Pelaksanaan *public relations* dalam rangka meningkatkan citra lembaga di BTKP DIY sudah berjalan dengan baik walaupun belum sepenuhnya berjalan dengan optimal. Pengaruh positif yang didapatkan dengan adanya kegiatan *public relations* di BTKP DIY yaitu meningkatkan citra lembaga.

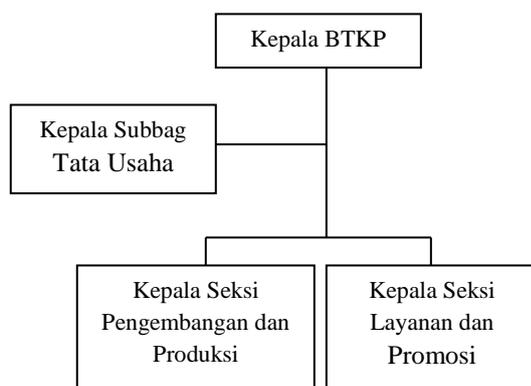
2. Hambatan Pelaksanaan *Public Relations* pada BTKP DIY adalah sebagai berikut:

- a. Kurang tersedianya sumber daya manusia pelaksana *public relations*.
 - b. Kurangnya komunikasi yang dilakukan oleh pelaksana *public relations* kepada *stakeholder*.
3. Upaya yang Dilakukan untuk Mengatasi Hambatan pada Pelaksanaan *Public Relations* BTKP DIY
- a. Memberikan pelatihan kepada pelaksana *public relations* dalam hal pemanfaatan iptek.
 - b. Penggunaan media komunikasi yang tepat untuk meningkatkan hubungan komunikasi dengan *stakeholder*.

Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. BTKP DIY seharusnya membuat gambar struktur organisasi yang baru. Hal ini bertujuan untuk membuat posisi BTKP DIY jelas sehingga kegiatan organisasi dapat berjalan dengan baik. Diharapkan gambar struktur organisasi yang disarankan dapat memberikan deskripsi tugas yang lebih jelas untuk BTKP DIY. Adapun gambar struktur organisasi yang diusulkan dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar struktur organisasi penulis

Dari gambar yang telah dibuat, dapat dilihat bahwa kedudukan Kepala Subbag Tata Usaha dengan Kepala Seksi Pengembangan dan Produksi, dan Kepala Seksi Layanan dan Promosi tidak sama. Namun masih dalam satu garis komando dari Kepala BTKP DIY.

2. Sebaiknya BTKP DIY memberikan pelatihan *public relations* kepada pelaksana *public relations*. Akan lebih baik jika BTKP DIY dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia pelaksana *public relations*.
3. Sebaiknya BTKP DIY meningkatkan hubungan komunikasi dengan sekolah-sekolah yang ada di beberapa daerah melalui media komunikasi yang sesuai agar citra lembaga semakin baik.
4. Diharapkan pelaksana *public relations* meningkatkan sosialisasi tentang keberadaan dan eksistensi BTKP DIY sebagai produsen media pembelajaran berbasis TIK. Peningkatan sosialisasi tersebut dapat dilaksanakan dengan cara terjun langsung ke sekolah-sekolah untuk mensosialisasikan hasil produk dan layanan media pembelajaran berbasis teknologi informasi dan komunikasi yang dihasilkan oleh BTKP DIY.
5. BTKP DIY memaksimalkan penggunaan media yang dapat dijangkau oleh sekolah. Akan lebih baik jika pelaksana *public relations* di BTKP DIY mensosialisasikan hasil produk dan layanan dengan cara terjun langsung ke sekolah yang masih terbatas dengan keberadaan Teknologi Informasi dan Komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Depdiknas. (2003). *Buku II: Konsep Pendidikan Kecakapan Hidup*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Lena Satlita (2002). *Public Relations dalam Teori dan Praktek*. Yogyakarta: FISE UNY.
- Rachmadi. (1996). *Public Relations*. Jakarta: Gramedia.
- Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardiano. (2008). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.