

Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung

¹Aidil Rachman, ²M. Subur Drajat

^{1,2}*Bidang Kajian Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung
Jl.Tamansari No.1 Bandung 40116
e-mail:¹aidilrachman11@gmail.com*

Abstrack. Bandung is a metropolitan city, the population size of Bandung has a diverse problems, problems concerning local government negative publicity Bandung that appear in the media handled by the Public Relations field Diskominfo Bandung via Bandung Menjawab Program. The program is in the form of a container of Bandung city government or clarification in response to negative publicity, for that this program requires a communication strategy so that the negative news did not make a negative image of the community to the government of Bandung. This study used a qualitative methodology using a case study approach, and data collection techniques in this study by: observation, interview sources, and Documentation. Bandung Menjawab Program has a communications strategy are: to analyze the negative news, the selection program communicator Bandung Menjawab, press conference, and the results of the Bandung Menjawab Program published to the public. By using the communication strategy on the news program Bandung negative answer to the city government can quickly respond by the government to expect the news is not causing a negative image of the city administration and not cause unrest in the city of Bandung.

Keywords: Communication Strategies, Diskominfo Bandung, Public Relations, Bandung Menjawab Program

Abstrak. Kota Bandung merupakan kota metropolitan, besarnya populasi masyarakat maka kota Bandung memiliki permasalahan yang beragam, permasalahan mengenai pemberitaan negatif Pemkot Bandung yang muncul di media massa di tangani oleh bidang Humas Diskominfo kota Bandung melalui Program Bandung Menjawab. Program ini di bentuk sebagai wadah Pemerintah kota Bandung dalam menanggapi atau klarifikasi pemberitaan negatif, untuk itu program ini memerlukan strategi komunikasi agar berita negatif tersebut tidak membuat citra negatif masyarakat kepada Pemkot Bandung. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus, dan teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan cara :Observasi, Wawancara narasumber,dan Dokumentasi. Program Bandung menjawab memiliki strategi komunikasi yakni : menganalisa pemberitaan negatif, pemilihan komunikator program Bandung menjawab, konferensi pers, dan hasil program Bandung menjawab di publikasikan kepada masyarakat. Dengan menggunakan strategi komunikasi pada program Bandung menjawab tersebut pemberitaan negatif kepada Pemkot dapat cepat di tanggapi oleh pemerintah dengan harapan berita tersebut tidak menimbulkan citra negatif Pemkot serta tidak menimbulkan keresahan di masyarakat kota Bandung.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Diskominfo Kota Bandung, Bidang Humas, Program Bandung Menjawab

A. Pendahuluan

Kota Bandung merupakan kota metropolitan dengan populasi warga sebanyak 2.483.977 jiwa. Besarnya populasi masyarakat maka kota Bandung memiliki permasalahan yang beragam baik mengenai infrastruktur, ekonomi, hingga permasalahan sosial, oleh karena itu permasalahan – permasalahan tersebut kerap kali dimuat di media massa khususnya media cetak harian dan online. Permasalahan mengenai pemberitaan negatif Pemkot Bandung yang muncul di media massa di tangani oleh bidang Humas Diskominfo kota Bandung melalui Program Bandung Menjawab. Program ini di bentuk sebagai wadah Pemerintah kota Bandung dalam

menanggapi atau klarifikasi pemberitaan negatif yang ditujukan kepada pemerintah.

Permasalahan mengenai pemberitaan negatif Pemkot Bandung di media massa khususnya media cetak harian dan online ini ditangani oleh bidang Humas Diskominfo Kota Bandung, karena pada dasarnya pemerintah Kota Bandung tidak memiliki Humas langsung di bawah Sekretaris Daerah namun Diskominfo lah yang memiliki peran humas di dalam Pemkot Bandung tetapi pada pelaksanaannya bidang Humas Diskominfo yang menjalankan tugas dan fungsi humas pemerintah tersebut.

Untuk mengatasi masalah pemberitaan negatif yang ditujukan untuk Pemkot Bandung bidang humas memerlukan strategi komunikasi dalam menjalankan program Bandung Menjawab tersebut. Dengan menggunakan strategi atau perencanaan komunikasi yang tepat maka penanganan pemberitaan negatif pada media cetak harian dan online yang ditujukan kepada Pemkot Bandung dapat dilakukan secara tepat dengan harapan pemberitaan negatif tersebut tidak membuat citra negatif masyarakat kepada Pemkot Bandung.

B. Landasan Teori

Seperti yang kita ketahui permasalahan komunikasi sangatlah rumit dan memerlukan penanganan khusus untuk mengatasi permasalahan tersebut, karena tidak dapat kita pungkiri bahwa komunikasi tidak lepas begitu saja dari kehidupan manusia. Untuk itu melalui penelitian ini, peneliti ingin menganalisis strategi komunikasi dari Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Bandung yang dilakukan oleh bidang Humas dalam menjalankan program Bandung Menjawab. Strategi komunikasi sendiri seperti yang dijelaskan oleh Onong Uchjana Effendy bahwa : Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan (uchjana,2009:32). Untuk itu dalam mencapai tujuan yang diinginkan diperlukan adanya perencanaan dalam penyebaran informasi untuk menunjang kegiatan komunikasi maka, perencanaan atau strategi dalam komunikasi diperlukan agar pengaruh (efek) yang dihasilkan dapat lebih efektif di terima oleh khalayak sasaran komunikasi.

Humas/PR melaksanakan kegiatannya sesuai dengan fakta dan data yang ada, Selain itu seorang humas/PR pemerintahan harus dapat mendengar aspirasi atau keinginan publiknya dan bertanggung jawab atas kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah. Hal ini seperti yang dijelaskan dalam buku dasar –dasar *public relations*: Praktisi *public relations* harus dapat melakukan tindakan yang sifatnya “*acting responsibly and responsibly*”, dalam arti mau mendengarkan keinginan publik yang diwakilinya sehubungan segala kegiatan yang dilakukan (Yulianita, 2007:152). Sedangkan menurut Ahmad S, Adnanputra, pakar *Public Relations* dalam naskahnya berjudul *PR strategy*, yang mengatakan bahwa : Strategi adalah bagaian terpadu dari suatu rencana (plan), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen. Mengacu pada pola strategi *public relations*, antara lainnya : “Alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan *public relations* dalam kerangka suatu rencana *public relations*’ (Ruslan, 1998:107) Oleh karena itu kegiatan komunikasi yang dilakukan haruslah dilakukan dengan terencana dan tersusun dalam bentuk strategi komunikasi agar pesan atau maksud yang akan di sampaikan kepada

publiknya dapat terjalin kesepahaman pesan yang sama dan agar tujuan yang ingin di capai dari kegiatan komunikasi tersebut dapat terasa pengaruhnya (efek).

C. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang peneliti dapatkan berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut “Bagaimana Strategi Komunikasi bidang humas Dinas komunikasi dan informatika (Diskominfo) kota Bandung pada program Bandung menjawab?”. selanjutnya, pertanyaan yang muncul dalam rumusan permasalahan ini diuraikan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah fungsi dan kegiatan yang dilakukan Bidang Humas Diskominfo kota Bandung ?
2. Bagaimanakah strategi komunikasi yang dilakukan bidang Humas Diskominfo pada program Bandung menjawab dalam menanggapi pemberitaan negatif pemerintah kota Bandung ?
3. Bagaimanakah analisis pemberitaan pemerintah kota Bandung pada program Bandung menjawab ?
4. Bagaimanakah pemilihan komunikator pada program Bandung menjawab ?
5. Bagaimanakah konferensi pers pada program Bandung menjawab ?
6. Bagaimanakah Hasil konferensi pers pada program Bandung menjawab ?

Dari hasil penelitian keenam pertanyaan penelitian di atas maka dijelaskan lebih lanjut secara rinci sebagai berikut :

1. Bidang Humas Diskominfo kota Bandung

Pada dasarnya fungsi Bidang Humas didalam pemerintahan kota Bandung adalah untuk memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat mengenai pembangunan di kota Bandung. Informasi tersebut disebarluaskan melalui berbagaimacam media massa baik cetak, elektronik dan media online. Untuk itu bidang Humas sebagai wakil pemerintah kota Bandung memiliki fungsi dan tugas yang penting dalam pemeritahan untuk menjawab seluruh informasi yang ingin diketahui oleh masyarakat. Dengan memberikan informasi yang terbuka maka citra pemerintah diharapkan dapat dipandang baik oleh masyarakat, dikarenakan keterbukaan informasi yang didapat oleh masyarakat mengenai kegiatan pemerintah serta pembangunan kota yang tidak di tutup - tutupi. Selain itu dengan keterbukaan informasi maka akan menjauhkan pemerintah dari isu - isu negatif yang dapat menurunkan nama baik atau citra pemerintah di masyarakat. dengan kemajuan teknologi komunikasi yang pesat seperti sekarang ini maka, keingin tauhan masyarakat mengenai informasi kegiatan pemerintah ini sangat besar. Masyarakat mencari informasi mengenai pemerintah menggunakan berbagai macam media seperti media sosial dan media online lainnya.

Selain penyebaran informasi pembangunan kota Bandung seperti peneliti temukan lainnya ialah bidang Humas sebagai penghubung pemerintah dengan masyarakat. Melalui fungsi humas ini pemerintah kota Bandung melalui bidang Humas Diskominfo membuat suatu program sebagai wadah interaksi antara pemerintah dengan masyarakat kota Bandung. Program tersebut seperti pemeritnah menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi dua arah dengan masyarakat kota Bandung. Peneliti melihat program ini baik untuk di terapkan di kegiatan

pembangunan pemerintahan, karena dengan menggunakan media sosial informasi dapat disebar dengan cepat selain itu penggunaan media sosial dapat menghemat anggaran pemerintah dalam hal publikasi baik itu mengenai penyebaran informasi kebijakan atau sosialisasi program baru.

2. Strategi Komunikasi Yang Di Lakukan Bidang Humas Diskominfo Kota Bandung

Strategi komunikasi yang dirancang pada program Bandung menjawab ini tidak dilakukan secara insidental saja dalam arti program ini dilakukan hanya pada saat ada pemberitaan negatif mengenai pemerintah kota atau hanya pada saat akan sosialisasi suatu kebijakan saja, tetapi strategi komunikasi pada program ini dilaksanakan untuk jangka waktu yang lama. Selain itu program ini dilakukan dua kali dalam seminggu agar pemberitaan negatif mengenai kota Bandung dapat dengan cepat di klarifikasi oleh jajaran pemerintah kota, jika program ini hanya dilakukan beberapa kali dan tidak berkesinambungan dapat menimbulkan citra negatif pemerintah di mata masyarakat akibat pemberitaan negatif oleh media massa. Selain dilakukan secara berkesinambungan permasalahan yang masuk dalam program ini harus dilakukan dengan cepat tanggap, jangan sampai ada seseorang yang secara kredibilitasnya di pertanyakan memberikan keterangan mengenai pemberitaan negatif tersebut dapat memberikan klarifikasi yang tidak sesuai.

Untuk itu program Bandung menjawab memiliki strategi komunikasi dalam menanggapi pemberitaan negatif kepada pemerintah kota Bandung dalam hal ini Bidang Humas Diskominfo sebagai pelaksananya. Strategi komunikasi program Bandung menjawab ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang dimulai dengan menganalisis serta memonitor pemberitaan negatif yang ditujukan kepada pemerintah kota Bandung, mengundang SKPD yang sesuai dengan isi pemberitaan negatif untuk mengklarifikasi di program Bandung menjawab, kegiatan konferensi pers program Bandung menjawab hingga pada akhirnya hasil dari kegiatan konferensi pers yang isinya klarifikasi SKPD mengenai pemberitaan negatif sebelumnya atau sosialisasi program pemerintah di terbitkan di media masa.

3. Menganalisis Pemberitaan Pemerintah Kota Bandung

Dalam strategi komunikasi pada program Bandung menjawab peneliti melihat tahapan ini merupakan upaya yang dilakukan bidang Humas mencari pemberitaan negatif yang akan di klarifikasi oleh pemkot agar pemberitaan tersebut tidak menimbulkan opini negatif masyarakat kepada pemkot kota Bandung. Dalam tahap ini dilakukan analisis pemberitaan pada media cetak harian dan media online selama satu minggu. Untuk mencari pemberitaan media online peneliti berpendapat agar monitoring pemberitaan pada media online tidak sekedar reverensi saja, sebaiknya pemberitaan pada media online juga menjadi fokus untuk di amati karena seperti yang kita ketahui perkembangan berita di media online jauh lebih cepat dari pada media cetak, maka seharusnya agar lebih cepat *updat* pemberitannya media online juga menjadi fokus utama pada analisis pemberitaan negatif pada pemerintah kota Bandung.

Dalam menganalisis pemberitaan yang ditujukan kepada pemkot Bandung peneliti melihat bidang Humas hanya membaca isi berita yang ditujukan kepada pemkot Bandung. Pada analisis media cetak harian peneliti melihat bidang Humas mengamati cukup banyak yakni sembilan media cetak setiap harinya, dan media cetak tersebut merupakan media harian yang populer di masyarakat. Melihat banyaknya pembaca pada sembilan media cetak tersebut peneliti melihat isi pemberitaan tersebut

cukup mewakili apa yang menjadi sorotan masyarakat kota Bandung mengenai kegiatan pemkot.

Kegiatan menganalisis pemberitaan negatif yang di tujukan kepada pemkot Bandung peneliti melihat hal ini dapat dikatakan sebagai riset informal dalam mencari fakta yang terjadi di lapangan mengenai kegiatan pemerintah kota Bandung, Selain itu analisis media ini dimaksud untuk mengumpulkan data dalam menentukan permasalahan yang akan dibahas dalam program Bandung menjawab, serta melalui analisis media ini pemerintah dapat memantau respon masyarakat terhadap kebijakan - kebijakan yang di terbitkan oleh pemerintah, apakah di respon secara positif atau negatif.

4. Pemilihan Komunikator Program Bandung Menjawab

Dalam strategi komunikasi pada program Bandung menjawab peneliti melihat pemilihan narasumber atau komunikator merupakan hal yang penting, karena dengan memilih komunikator dengan tepat pemberitaan negatif yang di tujukan kepada pemerintah kota Bandung akan di klarifikasi dengan baik dan permasalahan sesungguhnya yang terjadi dalam pemberitaan tegatif tersebut dapat di luruskan agar pemberitaan tersebut di pahami oleh masyarakat kota Bandung.

Pemilihan komunikator dalam program ini dilihat dari isi pemberitaan negatif yang ditujukan kepada instansi mana dalam pemerintah kota Bandung dalam arti masalah tersebut termasuk pada tugas SKPD mana yang menanganinya. Hal tersebut peneliti melihat merupakan hal yang tepat karena dalam menentukan narasumber atau komunikator harus sesuai dengan keahlian yang dimiliki oleh narasumber atau komunikator, jangan sampai yang dipilih menjadi narasumber bukan orang yang memahami permasalahan yang ada dalam arti narasumber yang dipilih harus mempunyai kredibilitas dalam menjawab pemberitaan negetatif mengenai pemerintah kota Bandung. Kredibilitas disini dalam arti komunikator merupakan orang yang memiliki keahlian, pengalaman, dan terlatih di bidangnya.

Peneliti melihat adanya kendala dalam pemilihan komunikator, kendala tersebut ialah adanya jadwal yang berbentrok antara komunikator dengan konferensi pers program Bandung menjawab. Untuk itu terkadang komunikator yang hadi bukan orang yang di undang seperti kepala Dinas dan biasanya apabila komunikator tersebut tidak hadir maka akan di gantikan oleh orang lain minimal kepala seksi di SKPD yang bersangkutan, namun peneliti melihat kendala tersebut tidak terlalu berpengaruh dengan berjalannya program Bandung menjawab ini jika kepala Dinas tidak hadir maka bida di gantikan atau di jadwal ulang.

5. Konferensipers Pada Program Bandung Menjawab

Pada konferensi pers ini peneliti melihat kegiatan ini merupakan ujung tombak dari program Bandung menjawab, karena pada tahap ini pemberitaan mengenai pemerintah kota Bandung yang awalnya negatif akan di klarifikasi oleh komunikator mengenai masalah yang sebenarnya, dengan harapan adanya kesepahaman antara media masa yang memberitakan berita negatif mengenai pemkot sebelumnya dengan penjelasan yang di berikan oleh SKPD yang dalam hal ini mewakili pemerintah kota Bandung.

Peneliti melihat kegiatan konferensi pers ini di buat dengan suasana yang tidak terlalu formal, hal ini dapat dilihat dari suasana ruangan yang di bentuk santai para wartawan kebanyakan duduk bersila lesehan selagi mendengarkan penjelasan dari

narasumber yang hadir. Selain itu dalam program ini fungsi dari moderator hanya pada saat pembukaan dan penutup acara saja selebihnya kegiatan tersebut berjalan dengan sendirinya. Peneliti berpendapat kegiatan konferensi pers ini baik di lakukan oleh setiap humas di pemerintahan, karena pada kegiatan konferensi pers seperti ini terjadinya komunikasi dua arah secara langsung antara pemerintah dengan masyarakat yang pada kegiatan ini di wakilkakan oleh media masa. Dengan terjadinya keterbukaan informasi seperti konferensi pers ini masyarakat akan mengetahui apa yang pemerintah lakukan dalam membangun kota Bandung dan itu masyarakat akan memiliki kepercayaan kepada pemerintah dan citra pemerintah pun di harapkan akan positif.

6. Hasil Konferensi Perss Program Bandung Menjawab

Hasil akhir dari kegiatan program Bandung menjawab ialah diterbitkannya kegiatan konferensi pers yang telah di lakukan oleh SKPD di media cetak harian pada keesokan harinya. Selain itu bidang Humas membuat *pers release* mengenai konferensi pers yang telah dilakukan untuk di publikasikan melalui *website* pemerintah kota Bandung, selain itu *perss release* tersebut di sebarluaskan juga kepada media masa yang bermitra dengan Diskominfo. Setelah di terbitkan bidang Humas akan mengamati pemberitaan dari hasil konferensi pers tersebut apakah berita tersebut tetap negatif nilai beritanya atau tidak. Dalam hal ini peneliti melihat bidang humas melakukan analisis media kembali hal ini dilakukan untuk melihat perkembangan berita mengenai permasalahan yang telah di klarifikasi oleh pemerintah masih menjadi polemik di masyarakat atau tidak, jika tidak maka SKPD yang terkait tidak akan di undang kembali dan berita klarifikasi tersebut akan di dokumentasikan untuk di laporkan kepada kepala Dinas dan Walikota

Seluruh hasil kegiatan Bandung menjawab dari mulai mulai munculnya berita, mengundang SKPD, kegiatan konferensi pers Bandung menjawab dan hasil konferensi pers Bandung menjawab di media masa akan di buat laporan untuk dilaporkan setiap minggunya dan setiap bulannya kepada kepala dinas Diskominfo dan selanjutnya akan di laporkan kepada Walikota pada saat rapat pimpinan. Laporan tersebut berupa keliping pemberitaan negatif beserta resume pemberitaannya, dokumentasi kegiatan konferensi pers Bandung menjawab, dan hasil kegiatan konferensi pers yang telah di terbitkan di media massa.

Peneliti berpendapat laporan kegiatan Bandung menjawab tersebut dirasa penting agar pimpinan dalam hal ini Walikota Bandung mengetahui permasalahan apa yang terjadi di kota Bandung dan apa yang sudah dilakukan oleh bawahannya (SKPD) untuk mengatasi polemik tersebut.

D. Kesimpulan

1. Fungsi dan kegiatan yang dilakukan Bidang Humas Diskominfo kota Bandung
Fungsi dan tugas bidang humas Dikominfo kota Bandung ialah dengan melakukan penyebaran informasi pembangunan pemerintah kota kepada masyarakat kota Bandung, penyebaran informasi tersebut dilakukan oleh Bidang humas Diskominfo kota Bandung yang merupakan pelaksana kegiatan humas pemerintah kota Bandung. Salah satu kegiatan bidang humas diskominfo ialah melalui program Bandung menjawab, program yang di bentuk sebagai sarana pemerintah dalam melakukan klarifikasi pemberitaan negatif khususnya di media cetak harian dan online yang di tujukan kepada pemerintah kota Bandung.
2. Strategi Komunikasi Bidang Humas Diskominfo Dalam Program

Bandung

Menjawab

Tahapan strategi pada program Bandung menjawab ini disusun agar dapat di laksanakan secara berkesinambungan serta, tujuan dari dibentuknya program ini dapat sesuai dengan harapan yakni citra positif pemerintah kota Bandung di mata masyarakat yang tadinya negatif akibat pemberitaan media massa khususnya cetak dan online yang menyudutkan pemerintah kota Bandung. Strategi komunikasi pada program Bandung menjawab ialah : menganalisa pemberitaan negatif, pemilihan komunikator program Bandung menjawab, konferensi pers pada program Bandung menjawab, dan hasil kegiatan Bandung menjawab di terbitkan di media massa.

3. Menganalisis Pemberitaan Pemerintah Kota Bandung

Pada tahap strategi komunikasi yang dilakukan dalam program Bandung menjawab ini ialah pelaksana program melakukan pemilihan berita yang ada di media cetak harian yang sudah bermitra dengan Diskominfo kota Bandung dan media online yang telah di analisis oleh aplikasi IMM, lalu berita tersebut di analisis dengan cara di baca satu persatu untuk mengetahui nilai berita yang positif, negatif, atau netral namun yang menjadi focus utama ialah pemberitaan negatif. Setelah ditemukan pemberitaan negatif mengenai pemkot berita tersebut di lihat perkembangannya selama satu minggu, setelah itu baru berita yang sudah di monitor tersebut di ajukan untuk dihadirkan dalam program Bandung menjawab.

4. Pemilihan Komunikator Program Bandung Menjawab

Setelah dipilih pemberitaan mana yang akan di hadirkan pada program Bandung menjawab, lalu bidang Humas akan menentukan SKPD mana sesuai untuk menanggapi pemberitaan negatif tersebut. Undangan kepada SKPD yang telah di tentukan akan diberikan kepada kepala Dinasnya langsung, undangan tersebut dapat berbentuk undangan tertulis dengan di tandatangani kepala Dinas Diskominfo atau melalui SMS dengan sistem SMS yang dimiliki diskominfo. Pemilihan komunikator pada program Bandung menjawab ini dilihat dari kredibilitas komunikatornya dalam arti komunikator memiliki keahlian atau pengalaman dalam SKPDnya untuk itu kepala dinas selalu diminta untuk menjadi komunikator dan apabila berhalangan minimal kepala seksi yang menggantikan.

5. Konferensi Pers Pada Program Bandung Menjawab

Tahapan strategi komunikasi selanjutnya ialah kegiatan konferensi pers pada program Bandung menjawab yang dilakukan setiap selasa dan kamis pukul 10.00 -12.00 WIB bertempat di media *lounge* balai kota Bandung. Pada program ini kegiatan konferensi pers merupakan ujung tombak dari strategi komunikasi pada program Bandung menjawab, karena dalam program ini komunikator akan memberikan penjelasan kepada wartawan yang hadir mengenai pemberitaan negatif yang ada di media masa mengenai SKPDnya. Dengan dilalukannya kegiatan konferensi pers ini pemberitaan negatif mengenai pemerintah kota di klarifikasi langsung oleh orang yang dapat dipercaya penjelasannya agar tidak menimbulkan kesimpang siuran informasi di masyarakat.

6. Hasil Program Bandung Menjawab Diterbitkan

Hasil pada program Bandung menjawab akan di terbitkan keesokan harinya oleh media masa yang meliput kegiatan konferensi. Pada tahap ini bidang Humas akan melihat perkembangan mengenai pemberitaan yang sudah di klarifikasi pada Bandung menjawab ini selama pemberitaan tersebut masih muncul di media masa, apabila nilai berita yang telah di klarifikasi tersebut tetap negatif akan dilakukan konferensi pers kembali dan akan di undang kembali kepala Dinas bersangkutan, namun seperti yang dikatakan informan hal tersebut jarang sekali terjadi. Setelah kegiatan konferensi pers Bandung menjawab terbit di media masa makan akan dibuat sebuah laporan dari mulai berita negatif tersebut muncul di media masa, hingga kegiatan tersebut di klarifikasi oleh SKPD terkait di konferensi pers Bandung menjawab, dan laporan tersebut akan di berikan kepada kepala Dinas dan Wlikota.

Daftar Pustaka

- Arifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi*. Bandung : CV. Amrico
- Beard, Mike. 2001. *Manajemen Departemen Public Relations*. Jakarta : Erlangga
- Cangara, Hafiel. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- _____. 2003. *Ilmu, Teori, Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti
- _____. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- _____. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- F. Rachmadi. 1992. *Public relations dalam teori dan praktek : aplikasi dalam bandan usaha swasta dan lembaga pemerintah*. Jakarata : PT Gramedia Pustaka Utama
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2003. *Metodepenelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosadakarya.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Yulianita, Neni. 2002. *Dasar - Dasar Public Relations*. Bandung : P2U-LPPM Unisba.
- Yin, K. Robert. 2002. *StudiKasus*. Jakarta: PT. RajaGr