

## **Strategi Humas Puslitbang Jalan & Jembatan dalam Sosialisasi Pembangunan *Flyover* CMP Antapani**

Public Relations Strategy in Socialization of *Flyover* CMP Antapani Development

<sup>1</sup>Maudea Meidana Martiana, <sup>2</sup>Tresna Wiwitan

<sup>1,2</sup>*Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,  
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

*email: <sup>1</sup>maudeamm@yahoo.co.id, <sup>2</sup>tresnawiwitan@yahoo.com*

**Abstract.** *Flyover* CMP Antapani's project becomes a solution to break down congestion at the Antapani intersection. The project was built in June and completed in December 2016. Public relations is a management function that assesses public attitudes, and plans an activity and communication program to gain understanding and public support. As a PR, PR PUSJATAN should be able to be a mediator or as a liaison between the community and the authorities. The purpose of this research is to know PR strategy PUSJATAN in socialization of development of *Flyover* CMP Antapani. The research method used is descriptive, that is method which only give description or description about variable from a phenomenon under study. This research uses PR strategy that proposed by Rosady Ruslan, Rosady Ruslan proposed that there are 5 aspects of public relations strategies that can be done to realize the common goals are: 1. Operational Strategy, 2. Persuasive and educative approach, 3. Social responsibility of public relations approach, 4. Cooperative approach, and 5. Coordinative and integrative approach. By using aspects of public relations strategy, the researcher can find what activities conducted by Public Relations PUSJATAN in socialization of development of *Flyover* CMP Antapani. PR PUSJATAN conducts socialization event in BTM with the local government and also conducts the study tour which is to visit the development site to persuade and educate the community as a study tour participant, to receive and follow up the critic and suggestion given by society as social responsibility of public relations, in cooperation with Employees, and related institutions to socialize the development of *Flyover* CMP Antapani, and assist the development process, participate in supporting the development of the whole of Indonesia by submitting this technology to be duplicated, and applied in regions throughout Indonesia.

**Keywords:** PR PUSJATAN, PR Strategy, Socialization of Antapani CMP *Flyover*

**Abstrak.** Proyek *Flyover* CMP Antapani menjadi solusi mengurai kemacetan di persimpangan Antapani. Proyek ini dibangun pada bulan Juni dan selesai pada bulan Desember 2016. *Public relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, serta merencanakan suatu program kegiatan dan komunikasi untuk memperoleh pengertian dan dukungan publiknya. Sebagai seorang Humas, Humas PUSJATAN harus mampu menjadi mediator atau sebagai penghubung antara masyarakat dengan pihak yang berwenang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Humas PUSJATAN dalam sosialisasi pembangunan *Flyover* CMP Antapani. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif, yaitu metode yang hanya memberikan gambaran atau deskripsi tentang variabel dari sebuah fenomena yang diteliti. Penelitian ini menggunakan teori strategi humas yang dikemukakan oleh Rosady Ruslan, Rosady Ruslan mengemukakan bahwa ada 5 aspek strategi humas yang dapat dilakukan untuk mewujudkan tujuan bersama yaitu: 1. Strategi Operasional, 2. Pendekatan persuasif dan edukatif, 3. Pendekatan tanggung jawab sosial humas, 4. Pendekatan kerjasama, dan 5. Pendekatan koordinatif dan integratif. Dengan menggunakan aspek-aspek strategi humas tersebut peneliti dapat menemukan kegiatan apa yang dilakukan oleh Humas PUSJATAN dalam sosialisasi pembangunan *Flyover* CMP Antapani. Humas PUSJATAN melaksanakan acara sosialisasi di BTM dengan masyarakat juga pemerintah setempat, dan melaksanakan kegiatan *study tour* yaitu mengunjungi ke lokasi pembangunan untuk mempersuasi dan mengedukasi masyarakat sebagai peserta *study tour*, menerima dan menindaklanjuti kritik dan saran yang diberikan masyarakat sebagai tanggung jawab sosial humas, bekerjasama dengan pegawai, dan lembaga – lembaga terkait untuk mensosialisasikan pembangunan *Flyover* CMP Antapani, dan membantu proses pembangunan, berpartisipasi dalam menunjang pembangunan seluruh Indonesia dengan menyerahkan teknologi ini untuk diduplikasi, dan diterapkan di daerah seluruh Indonesia.

**Kata Kunci:** Humas PUSJATAN, Strategi Humas, Sosialisasi *Flyover* CMP Antapani

## A. Pendahuluan

Proyek *Flyover* CMP Antapani merupakan solusi untuk mengatasi kemacetan yang terjadi di persimpangan Antapani. Proyek ini dibangun pada bulan Juni dan selesai pada bulan Desember 2016. Dalam proses pembangunan *Flyover* CMP Antapani, masyarakat berharap adanya perhatian khusus ketika adanya pembangunan. Kesemrawutan ketika proses pembangunan harus diperhatikan karena dapat mengganggu aktifitas masyarakat sekitar, terutama kemacetan. Pihak yang melakukan pembangunan harus dapat mengkondisikan dengan baik agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

Sebagai seorang Humas, Humas PUSJATAN harus mampu menjadi mediator atau sebagai penghubung antara masyarakat dengan pihak yang berwenang. Humas sebagai komunikator dan sekaligus mediator berupaya membentuk sikap, dan pendapat yang positif dari masyarakat melalui rangsangan atau stimulasi tertentu. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti ingin mengetahui “Strategi Humas Puslitbang Jalan & Jembatan (PUSJATAN) dalam Sosialisasi Pembangunan *Flyover* CMP Antapani.” Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui strategi operasional yang dilakukan Humas PUSJATAN dalam sosialisasi pembangunan *Flyover* CMP Antapani.
2. Untuk mengetahui pendekatan persuasif dan edukatif yang dilakukan Humas PUSJATAN dalam sosialisasi pembangunan *Flyover* CMP Antapani.
3. Untuk mengetahui pendekatan tanggung jawab sosial yang dilakukan Humas PUSJATAN dalam sosialisasi pembangunan *Flyover* CMP Antapani.
4. Untuk mengetahui pendekatan kerja sama yang dilakukan Humas PUSJATAN dalam sosialisasi pembangunan *Flyover* CMP Antapani.
5. Untuk mengetahui pendekatan koordinatif dan integratif yang dilakukan Humas PUSJATAN dalam sosialisasi pembangunan *Flyover* CMP Antapani.

## B. Landasan Teori

*Public relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, menyatakan kebijaksanaan dan prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik, dan melaksanakan program kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan dari publiknya (Yulianita, 2007:25)

Ahmad S. Adnanputra, pakar Humas dalam naskah workshop berjudul *PR Strategy* (1990), mengatakan bahwa strategi adalah bagian 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. (Ruslan, 2016:133)

Menurut Cutlip-Center-Broom, perencanaan strategis (*strategic planning*) bidang humas meliputi kegiatan: (Morissan, 2008:153)

1. Membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program;
2. Melakukan identifikasi khalayak penentu (*key publics*);
3. Menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih; dan
4. Memutuskan strategi yang akan digunakan.

Humas berfungsi untuk menciptakan iklim yang kondusif dalam

mengembangkan tanggung jawab serta partisipasi antara pejabat Humas / PRO dan masyarakat (khalayak sebagai sasaran) untuk mewujudkan tujuan bersama. Fungsi tersebut dapat diwujudkan melalui beberapa aspek-aspek pendekatan atau strategi Humas:

1. Strategi operasional
2. Pendekatan persuasif dan edukatif
3. Pendekatan tanggung jawab sosial Humas
4. Pendekatan kerja sama
5. Pendekatan koordinatif dan integratif (Ruslan, 2016:142-143)



**Gambar 1.** Struktur Fungsi HUMAS

PUSJATAN mempersembahkan Teknologi *Flyover* Corrugated Mortar Busa Pusjatan (CMP), Teknologi baru ini pertama kali diterapkan di persimpangan Antapani kota Bandung. Kemacetan yang terjadi di persimpangan Antapani pada pagi dan sore hari menimbulkan kemacetan yang lebih parah ketika pembangunan ini dilaksanakan. Humas PUSJATAN melakukan strategi dalam sosialisasi pembangunan *Flyover* CMP Antapani. Peneliti menggunakan konsep strategi *public relations* yaitu strategi operasional, pendekatan persuasif dan edukatif, pendekatan tanggung jawab sosial humas, pendekatan kerjasama, dan pendekatan koordinatif dan integratif. Hal ini untuk mengetahui strategi yang dilakukan Humas PUSJATAN dalam sosialisasi pembangunan *Flyover* CMP Antapani berjalan dengan baik berhasil atau sebaliknya.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### 1. Analisis Deskriptif Data Responden

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, Narasumber dari penelitian ini adalah Humas PUSJATAN, Direktur Teknis Pembangunan *Flyover* CMP Antapani, dan Humas Pembangunan *Flyover* CMP Antapani, Peserta kegiatan *study tour*, dan Wartawan Kompas TV. Kelima narasumber tersebut adalah:

1. Ibu Loida Dasuha, 53 Tahun, selaku Humas PUSJATAN,
2. Bapak Fahmi Aldiamar, 38 Tahun, selaku Direktur Teknis Pembangunan *Flyover* CMP Antapani,
3. Ibu Septianis Afipah, 27 Tahun, selaku Humas Pembangunan *Flyover* CMP Antapani,
4. Nisya Muharani, 22 tahun, selaku peserta *study tour*,
5. Nadia Hafizha, 22 Tahun, selaku wartawan Kompas TV.

Peneliti melakukan kegiatan wawancara kepada para narasumber diatas berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang dibuat dan disusun sesuai dengan fokus yang diteliti. Peneliti memilih keempat narasumber diatas berdasarkan beberapa kriteria, yaitu:

- a) Mengetahui bagaimana sistem yang di berlakukan di Bagian Humas
- b) Menjalankan strategi Humas
- c) Terlibat di dalam sosialisasi Pembangunan *Flyover* CMP Antapani
- d) Mengetahui seluk beluk program sosialisasi Pembangunan *Flyover* CMP Antapani.

## 2. Analisis Deskriptif Data Penelitian

Dalam sosialisasi pembangunan *Flyover* CMP Antapani, Humas PUSJATAN melakukan berbagai kegiatan yang oleh peneliti di analisis berdasarkan konsep strategi *public relations* yang dikemukakan oleh Rosady Ruslan pada bukunya yaitu Manajemen *Public relations & Media Komunikasi* tahun 2010 dimana strategi *public relations* yang diwujudkan melalui beberapa aspek-aspek pendekatan strategi humas yaitu:

### a. Strategi Operasional

Strategi operasional yaitu melalui pelaksanaan program Humas yang dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan (*sosiologi approach*), melalui mekanisme sosial kultural dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat dari opini public atau kehendak masyarakat terekam pada setiap berita atau surat pembaca dan lain sebagainya yang dimuat di berbagai media massa.

Program yang dilaksanakan Humas PUSJATAN dalam sosialisasi pembangunan *Flyover* CMP Antapani adalah dengan melaksanakan *study tour* yaitu kunjungan ke proyek pembangunan. *Study tour* dilaksanakan setiap 2 minggu sekali. Program *study tour* ini memang dibuat oleh Humas PUSJATAN agar masyarakat dapat melihat secara langsung proses pembangunan seperti apa dan mengetahui bahan apa saja yang dipakai dalam pembangunan *Flyover* CMP Antapani.

Humas PUSJATAN melaksanakan kegiatan dalam upaya mendengar aspirasi masyarakat terkait pembangunan *Flyover* CMP Antapani ini yaitu dengan melaksanakan acara sosialisasi di Bandung Trade Mall (BTM Cicadas). Acara ini dilaksanakan pada saat seminggu sebelum pembangunan *Flyover* CMP Antapani. Acara sosialisasi tersebut dihadiri oleh kurang lebih 80 orang baik dari pemerintah daerah dan masyarakat. Sosialisasi bertujuan untuk memperkenalkan sekaligus diskusi kepada setiap pihak yang terkena dampak untuk memberi masukan agar tidak ada masalah kedepannya.

### b. Pendekatan persuasif dan edukatif

Strategi berikutnya merupakan kegiatan dengan pendekatan yang bersifat persuasif dan edukatif. Fungsi Humas dalam menciptakan komunikasi dua arah (timbang balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan, maupun dengan melakukan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman toleransi dan lain sebagainya.

Humas PUSJATAN melakukan kegiatan pendekatan persuasif dengan bertatap muka langsung dengan masyarakat, dan menyodorkan informasi kepada khalayak secara langsung, yaitu melalui kunjungan mingguan (*study tour*) yang diadakan oleh PUSJATAN. *Study tour* termasuk kedalam kegiatan pendekatan persuasif yang dilakukan oleh PUSJATAN untuk bisa bertatap muka secara langsung dengan masyarakat. *Study tour* dinilai efektif sebagai pendekatan persuasif, karena disini pihak PUSJATAN bisa berkomunikasi langsung dengan masyarakat dan dapat mempersuasi

masyarakat secara langsung mengenai *Flyover* CMP Antapani.

Dalam menyerbarkan informasi yang bersifat edukatif kepada masyarakat, Humas PUSJATAN melakukan presentasi dengan materi yaitu tentang pembuatan *Flyover* CMP Antapani, hal tersebut meliputi materi pembuatan CMP itu sendiri. Menurut PUSJATAN, pendekatan ini termasuk mengedukasi ke masyarakat, sehingga masyarakat awam bisa tahu materi apa yang terkandung dalam teknologi CMP ini, menginat teknologi ini teknologi baru dan dengan campuran bahan yang unik.

Sasaran dari pendekatan persuasif dan edukatif yang dilaksanakan oleh Humas PUSJATAN dalam sosialisasi pembangunan *Flyover* CMP Antapani adalah publik yang menerima pesan tersebut yaitu masyarakat setempat dan juga pelajar dan mahasiswa di kota Bandung.

c. Pendekatan tanggung jawab sosial humas

Strategi ini adalah pendekatan yang menumbuhkan sikap tanggung jawab sosial bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan ditujukan untuk mengambil keuntungan sepihak dari publik sarannya (masyarakat), namun untuk memperoleh keuntungan bersama.

Dalam pendekatan tanggung jawab sosial, Humas PUSJATAN menerima kritik dan saran yang diberikan oleh masyarakat sekitar. Humas PUSJATAN akan menerima kritik dan saran dan akan disampaikan kepihak yang bersangkutan. Namun selain menerima kritik dan saran yang diberikan oleh masyarakat, pihak dari direktur teknis pembangunan *Flyover* CMP Antapani melakukan cara lain untuk melakukan pendekatan tanggung jawab sosial dengan masyarakat, yaitu dengan menerima masyarakat sekitar (*community relations*) untuk menjadi pekerja selama masa pembangunan *Flyover* CMP Antapani. Sasaran pendekatan tanggung jawab sosial Humas PUSJATAN yaitu masyarakat sekitar, karena dampak yang paling dirasakan terkait pembangunan ini merupakan masyarakat yang tinggal disekitar proyek pembangunan *Flyover* CMP Antapani.

d. Pendekatan kerjasama

Strategi ini merupakan pendekatan yang berupaya membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik hubungan ke dalam (*internal relations*) maupun hubungan ke luar (*external relations*) untuk meningkatkan kerja sama.

PUSJATAN menjalin hubungan dengan publik internal yaitu meliputi *employee relations* atau hubungan dengan pegawai. Untuk menjalin kerjasama dengan para pegawai, Humas dan Direktur teknis melaksanakan pekan inovasi. PUSJATAN mengadakan acara pekan inovasi untuk memperkenalkan dan menyebarluaskan teknologi hasil peneliti PUSJATAN kepada semua pegawai. Acara ini dilaksanakan setiap satu tahun sekali, acara ini dilaksanakan agar semua pegawai PUSJATAN mengetahui dan mengerti tentang teknologi hasil PUSJATAN, sehingga setiap pegawai PUSJATAN memiliki rasa bangga dan mengetahui teknologi hasil PUSJATAN.

Kerjasama dengan publik eksternal ini mendukung sosialisasi pembangunan *Flyover* CMP Antapani agar berjalan dengan lancar dan sesuai rencana. Melalui sosialisasi pembangunan *Flyover* CMP Antapani ini, lembaga lain ikut mendukung dan turut membantu mensosialisasikan terkait pembangunan *Flyover* CMP Antapani. Lembaga tersebut meliputi GBD (Gerakan Bandung Disiplin), Pemkot Bandung. Sasaran pendekatan kerjasama Humas PUSJATAN terkait sosialisasi pembangunan *Flyover* CMP Antapani ini yaitu lembaga lembaga yang terkait.

e. Pendekatan koordinatif dan integratif

Strategi ini adalah pendekatan untuk memperluas peranan PR di masyarakat, maka fungsi Humas dalam arti sempit hanya mewakili lembaga/ institusinya. Tetapi peranannya yang lebih luas adalah berpartisipasi dalam menunjang program pembangunan nasional, dan mewujudkan Ketahanan Nasional di bidang politik, ekonomi, sosial budaya (Poleksosbud) dan Hankamnas.

Pendekatan koordinatif dan integratif yang dilakukan oleh Humas PUSJATAN disini yaitu Humas PUSJATAN berperan dalam masyarakat yang lebih luas, yaitu dengan berpartisipasi dalam menunjang pembangunan. Pembangunan disini meliputi seluruh Indonesia. Dalam pendekatan ini Humas PUSJATAN memilih produksi baja lokal, kontraktor, designer yang ada di seluruh Indonesia dan juga masyarakat seluruh Indonesia sebagai sasaran pendekatan koordinatif dan integratif.

#### D. Kesimpulan

Secara keseluruhan skripsi ini membahas mengenai strategi Humas PUSJATAN dalam sosialisasi pembangunan *Flyover* CMP Antapani. Khususnya melalui program sosialisasi yang dilaksanakan Humas PUSJATAN selama masa pembangunan *Flyover* CMP Antapani. Strategi yang dianalisis oleh peneliti berdasarkan 5 strategi pendekatan *public relations* dapat dikatakan berhasil dilakukan oleh Humas PUSJATAN sebagai pendukung dalam segi publikasi dan penyebaran mengenai sosialisasi pembangunan *Flyover* CMP Antapani.

Berikut ini merupakan kesimpulan dari hasil penelitian berdasarkan wawancara, kunjungan, studi kepustakaan, dan dokumentasi:

1. Strategi operasional yang dilakukan oleh Humas PUSJATAN adalah melakukan kegiatan proses operasional public relations yaitu: Defining Public relations Problems, Planning and Programming, Taking Action and Communicating, dan Evaluating The Program untuk mengetahui apa yang harus dilakukan untuk sosialisasi pembangunan *Flyover* CMP Antapani. Humas PUSJATAN melaksanakan program sosialisasi di Bandung Trade Mall (BTM Cicadas), dan melaksanakan kegiatan study tour yaitu mengunjungi lokasi pembangunan *Flyover* CMP Antapani dengan masyarakat sebagai pesertanya.
2. Pendekatan persuasif dan edukatif yang dilakukan oleh Humas PUSJATAN adalah menyebarkan informasi yang bersifat persuasif yaitu dengan cara melaksanakan kegiatan *study tour*. Dalam menyebarkan informasi yang bersifat edukatif, Humas PUSJATAN melakukan presentasi pada saat *study tour* tentang cara pembuatan teknologi CMP. Sasaran dari pendekatan persuasif dan edukatif ini adalah masyarakat setempat, pelajar SMP, SMA daerah sekitar pembangunan, dan mahasiswa jurusan teknik.
3. Pendekatan tanggungjawab sosial yang dilakukan oleh Humas PUSJATAN adalah menerima kritik dan saran dari masyarakat melalui media yang telah disiapkan seperti twitter, facebook, website PUSJATAN, lalu menindaklanjuti kritik dan saran dari masyarakat dan disampaikan kepada pihak yang bersangkutan, selain itu PUSJATAN menerima masyarakat sekitar yang memenuhi syarat untuk bekerja di proyek pembangunan *Flyover* CMP Antapani. Sasaran dari pendekatan tanggungjawab sosial ini adalah masyarakat sekitar proyek pembangunan *Flyover* CMP Antapani.
4. Pendekatan kerjasama yang dilakukan oleh Humas PUSJATAN adalah membina kerjasama dengan publik internal dengan mengadakan acara pekan inovasi. PUSJATAN membina kerjasama dengan publik eksternal yaitu bekerjasama dengan Gerakan Bandung Disiplin (GBD), Posco Korea dalam hal material

pembangunan, Pemkot Bandung mengenai perizinan, dan DBMP mengenai lokasi penerapan teknologi CMP. Sasaran pendekatan kerjasama yaitu lembaga lembaga yang terkait pembangunan *Flyover* CMP Antapani.

5. Pendekatan koordinasi dan integratif yang dilakukan oleh Humas PUSJATAN adalah berpartisipasi dalam menunjang pembangunan dengan berkoordinasi dengan Pemkot Bandung dan DBMP untuk menyerahkan teknologi ini kepada pemkot Bandung dan DBMP untuk diduplikasikan di daerah lainnya. Sasaran dari pendekatan koordinatif dan integratif Humas PUSJATAN adalah produksi baja lokal, kontraktor, designer di seluruh Indonesia, dan masyarakat seluruh Indonesia. Hal tersebut agar teknologi ini dapat di dupiliasi dan diterapkan di wilayah seluruh Indonesia.

### Daftar Pustaka

- Morissan. 2008. *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana.
- Ruslan, Rosady. 2016. *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasinya (Edisi Revisi)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Yulianita, Neni. 2007. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Pusat Penerbitan Unversitas (P2U).