

Revolusi mental government PR
dalam mewujudkan
kemandirian ekonomi
masyarakat: studi kasus
Pemkot Pekalongan dalam
mendorong kelompok
informasi masyarakat (KIM)
menuju kemandirian ekonomi

Submission date: 13-Dec-2021 02:42PM (UTC+0700)

Submission ID: 1728944071

File name: MEWUJUDKAN_KEMANDIRIAN_EKONOMI_MASYARAKAT_MANIK_SUMIYATI_2.pdf (528.22K)

Word count: 6259

Character count: 42601

masyarakat

by Manik Sunuantari

REVOLUSI MENTAL GOVERNMENT PR DALAM MEWUJUDKAN KEMANDIRIAN EKONOMI MASYARAKAT

(Studi Kasus Humas Pemkot Pekalongan dalam mendorong Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) menuju Kemandirian Ekonomi Masyarakat)

Manik Sunuantari & Sumiyati
Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid, Jakarta
E-mail : manik_sunuantari@yahoo.com
E-mail : sumiyati.aprilia@gmail.com

Abstract

Mental revolution as a program in the era now become a reference for all public servants in performing their duties and functions, include the Government Public Relations. In order to make Indonesia a Sovereign, Independent and personality Based on the Mutual Cooperation, the government PR agencies involved in achieving that goal. One of the functions of government is nothing but a public relations to help create a society that is competitive. To be a competitive nation that takes hard work involving various stakeholders, especially the people and institutions as community partners.

This study aims to find a model of information management government PR in an effort to achieve economic independence society in accordance ideals of government as outlined in the national development agenda called Revolution Mental, that build character government PR as a strong, competitive, high morals, tolerant, mutual cooperation, patriot, dynamic, culture, and science and technology-oriented. The theory used in this study is a two-way symmetric model of Grunig and Hunt. That in carrying out its functions PR is always based on research, two-way communication to get an understanding of the audience. The method used in this research is a case study, the government Public Relations of Pekalongan city as a research subjects.

The results showed that government PR of Pekalongan city is actively involved in building a public communications strategy to achieve economic independence society. Various movements performed either change the level of bureaucracy, as well as track community groups so as to create public awareness. Through various media, the government PR of Pekalongan city is slowly able to encourage economic independence of people in the city of Pekalongan. Dissemination of information based on the technology used in order to support partnerships with various stakeholders so that the economy increases.

Keywords :Mental Revolution, two way simetrical model. economic independence

Abstrak

Revolusi mental sebagai program pada era pemerintahan saat ini menjadi acuan bagi setiap abdi negara dalam menjalankan tugas dan fungsinya, tidak terkecuali Humas Pemerintah. Dalam rangka mewujudkan Indonesia yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong Royong, maka Humas lembaga pemerintah ikut terlibat dalam mencapai tujuan tersebut. Salah satu fungsi Humas pemerintah tidak lain adalah membantu mewujudkan masyarakat yang berdaya saing. Untuk menjadi bangsa yang berdaya saing dibutuhkan kerja keras yang melibatkan berbagai pihak, khususnya masyarakat dan lembaga sebagai mitra masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mencari model pengelolaan informasi Humas Pemerintah dalam upaya mewujudkan kemandirian ekonomi masyarakat sesuai cita-cita pemerintah yang dituangkan dalam agenda pembangunan nasional yang disebut dengan Revolusi Mental, yaitu membangun karakter PR Pemerintah yang tangguh, kompetitif, berakhlak mulia, bermoral, bertoleran, bergotong royong, patriot, dinamis, berbudaya, dan berorientasi Iptek. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah model simetris dua arah dari Grunig & Hunt. Bahwa dalam menjalankan fungsinya Humas selalu berdasar pada penelitian, berkomunikasi dua arah untuk mendapatkan pemahaman dari khalayaknya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, dengan Humas Pemda Kota Pekalongan sebagai subyek penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Pemkot Pekalongan terlibat aktif dalam membangun strategi komunikasi publik untuk mewujudkan kemandirian ekonomi masyarakat.. Berbagai gerakan perubahan dilakukan baik level birokrasi, maupun jalur kelompok masyarakat sehingga tercipta *awareness public*. Melalui berbagai media, Humas Pemkot Pekalongan secara perlahan mampu mendorong kemandirian ekonomi masyarakat di kota Pekalongan. Penyebaran informasi berbasis pada teknologi digunakan dalam rangka mendukung kemitraan dengan berbagai pihak sehingga perekonomian masyarakat meningkat.

Kata Kunci : Revolusi mental, model simetris dua arah, kemandirian ekonomi

PENDAHULUAN

Perubahan di bidang ekonomi dan politik yang demikian cepat, bahkan tidak selalu berkembang sesuai harapan, menyebabkan perlunya pengaturan kebebasan ekonomi dengan tetap mengedepankan kepentingan rakyat. Kecenderungan yang terjadi adalah terciptanya perekonomian global yang sarat dengan kepentingan kapitalis, yang tidak lain adalah negara-negara maju. Pasar global mendesak otonomi di tiap negara, perusahaan yang berlabel multinasional bersaing dengan negara. Mekanisme pasar membuat nilai-nilai demokrasi tidak dapat dijalankan, negara menjadi tidak berdaya. Untuk itu diperlukan usaha untuk dapat menjadi bagian aktif yang berperan dalam perekonomian global.

Pemerintah Indonesia di bawah kepemimpinan Presiden Jokowi mencanangkan gerakan Revolusi Mental dalam rangka menjawab tantangan tersebut. Melalui revolusi mental **manusia Indonesia diharapkan memiliki sikap mental dan karakter yang tangguh, berperilaku positif dan konstruktif**. Keberhasilan gerakan **revolusi mental** tentu saja melibatkan berbagai pihak dalam pelaksanaannya, salah satunya di kota Pekalongan. Peran Humas Kota Pekalongan sangat penting dalam proses diseminasi informasi. Melalui berbagai informasi masyarakat diharapkan dapat memanfaatkan informasi tersebut sehingga memberi nilai tambah dalam kehidupannya.

Berbagai media informasi dan komunikasi digunakan Humas dalam rangka menyampaikan berbagai kebijakan pemerintah. Banyak hal yang sudah dilakukan Humas Pemda Kota Pekalongan **dalam rangka implementasi gerakan revolusi mental Government PR**. Komunikasi dua arah dilakukan **dalam rangka memberikan kesempatan kepada masyarakat ikut terlibat aktif dalam proses pembangunan**. Tidak hanya sampai di situ, masyarakat juga dapat menikmati hasil pembangunan yang sudah dilakukan Pemerintah Kota Pekalongan. Humas Pemkot Pekalongan juga melibatkan kelompok-kelompok yang muncul di masyarakat, salah satunya adalah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM). KIM mampu menjadi fasilitator antara masyarakat dan dunia usaha. Dengan demikian akan terjadi jalinan kemitraan yang menguntungkan antara masyarakat dan dunia usaha.

TINJAUAN TEORI

Government Public Relations (Humas Pemerintah)

Hadirnya Public Relations (Humas) dalam organisasi pemerintah sama halnya dengan layaknya organisasi swasta lainnya. Tujuan utama organisasi pemerintah adalah ³³ memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat. Oleh karena itu seluruh aktivitas pemerintah diarahkan untuk membuat regulasi yang menjadi dasar diberlakukannya berbagai kebijakan yang sudah dibuat baik untuk masyarakat sebagai individu, kelompok, maupun masyarakat.

Menurut Dennis (2015; 520), Humas pemerintah berfungsi untuk melakukan penyebaran informasi kepada publik maupun instansi dalam rangka untuk mempromosikan berbagai kebijakan pemerintah agar mendapatkan dukungan dari masyarakat. Terkait dengan hal tersebut maka Humas pemerintah harus mengumpulkan data dari berbagai pihak, kemudian melakukan analisis, untuk selanjutnya menyampaikan kepada pimpinan masing-masing instansi pemerintah untuk dilakukan koordinasi dengan instansi pemerintah lainnya. Ini digunakan oleh pemerintah pusat untuk menentukan berbagai kebijakan. Humas juga harus mengkomunikasikan seluruh kebijakan pemerintah, dengan melakukan penyebaran (diseminasi) atas semua regulasi yang ada, sehingga masyarakat memahami dan dapat memberikan dukungan agar regulasi tersebut dapat dijalankan.

Namun demikian tugas tersebut tidaklah mudah, tingkat penerimaan masyarakat yang beragam, serta profesionalisme Humas yang berbeda sering informasi tidak tersebar dengan merata. Komitmen para penyelenggara di bidang kehumasan dituntut untuk selalu dinamis menghadapi berbagai kendala dan tantangan yang ada. Harus ada kerjasama yang baik antara Humas di daerah dan pusat, ini dilakukan agar masyarakat tidak bingung dalam menerapkan kebijakan yang sudah dibuat. Humas harus trampil, sehingga dipastikan bahwa informasi dapat diterima dan dipahami secara jelas oleh seluruh masyarakat dan mampu menjangkau khalayak luas.

Revolusi Mental Humas Pemerintah

Tata kelola dalam pemerintahan sering tidak sistematis bahkan cenderung sulit diukur. Ini pula yang terjadi pada Humas Pemerintah, penyelenggara bidang Humas di masa lalu hanyalah suatu pekerjaan yang dianggap tidak banyak fungsinya, bahkan sering menjadi tempat pembuangan. Bahkan jabatan Humas di pemerintahan sering dianggap tidak menarik, karena penghargaan yang didapat dianggap tidak sebanding dengan pekerjaannya. Salah satu penyebab bidang Humas tidak menarik adalah karena Humas Pemerintah bukanlah jabatan struktural yang menjanjikan, tetapi Humas hanyalah jabatan fungsional yang tidak cepat untuk mendapatkan promosi jabatan. Sehingga hal ini mengesankan

bahwa sosialisasi kebijakan pemerintah belum terintegrasi antar humas kementerian, informasi dikelola oleh masing-masing kementerian dan lembaga pemerintah.

Berdasarkan Inpres No.9/2015 tentang Pengelolaan Informasi Publik diinstruksikan ⁸ kepada aparatur pemerintahan untuk menyampaikan data dan informasi terkait pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing institusi pemerintahan. Sekaligus menyebarluaskan kepada publik tentang narasi tunggal dan data lain yang disusun oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika, terutama terkait program-program pembangunan nasional dari pemerintah. Hal ini dimaksudkan agar masyarakat memahami berbagai kebijakan yang dibuat pemerintah sehingga masyarakat dapat ikut terlibat aktif dalam pembangunan karena masyarakat tahu apa yang dikerjakan pemerintah.

Dalam rangka menjawab tuntutan masa depan global maka Presiden Jokowi dalam Gerakan Revolusi Mental menuntut setiap penyelenggara Humas pemerintah untuk ⁹ dapat membantu sosialisasi kebijakan pemerintah agar sampai ke masyarakat. Melalui Government Public Relations (GPR) akan terjadi sinergi antara Kominfo, Sekretariat Negara, Sekretariat Kabinet untuk mengolah informasi agar informasi yang disampaikan kepada masyarakat dapat dimengerti, dipahami, dan diresapi. Menurut Menteri PAN RB, Yudhi Chrisnandi, Humas Pemerintah harus ⁹ memiliki pengetahuan yang memadai, pemahaman informasi terkait kebijakan yang tengah, sudah, dan akan dibuat. Humas harus terintegrasi, harus mengetahui hal makro terkait kebijakan pemerintah, karena peran Humas penting untuk membangun kepercayaan melalui informasi yang baik, benar, menyadarkan, dan membuka pengetahuan masyarakat. Oleh karena itu tugas GPR meliputi :

- ¹¹ 1. Menyampaikan data dan informasi terkait dengan pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing
2. Menyebarluaskan kepada publik naras tunggal dan data pendukung lainnya yang disusun oleh Kemeninfo terkait kebijakan dan program pemerintah
3. Menyampaikan setiap kebijakan dan program pemerintah secara lintas sektoral dan lintas daerah kepada publik secara cepat dan tepat. (Derry Sutraji, Radar Pena.com).

Oleh karena itu perlu dilakukan revitalisasi GPR agar masyarakat memiliki kepercayaan tinggi terhadap setiap informasi secara baik dan benar, sehingga masyarakat harus mempunyai pengetahuan yang cukup untuk mengerti dan memahami semua kebijakan pemerintah. Humas secara aktif harus melakukan edukasi kepada masyarakat, ⁴⁰ dengan cara menyajikan informasi yang cepat dan akurat. Peningkatan dalam teknologi informasi dan komunikasi menyebabkan masyarakat dapat secara cepat dan aktif mengakses berbagai informasi. Melalui gerakan revolusi mental, GPR harus mempunyai komitmen yang kuat dalam pengelolaan komunikasi publik.

Reformasi yang dilakukan pemerintah setelah tumbanganya Orde Baru dianggap belum dapat mengatasi masalah ³⁹ yang terjadi di berbagai wilayah Indonesia. Oleh karena itu pemerintah saat ini

menganggap perlu untuk melakukan revolusi di segala bidang. Revolusi tidak hanya pada etos kerja saja tetapi harus dilakukan secara menyeluruh. Mental adalah komponen non fisik manusia yang menentukan ¹⁶ cara berpikir, cara memahami, cara meyakini, cara melihat, ¹⁶ cara merasa, ¹⁶ cara bersikap, cara berbicara, ¹⁶ cara bergaul, cara makan-minum-berbusana, cara belajar, cara bertindak, dan cara bekerja umumnya; termasuk cara merayakan kemenangan dan cara menerima kekalahan (Jansen Sinamo;2014; 71). Sedangkan yang dimaksud ¹² revolusi mental adalah suatu gerakan seluruh masyarakat (pemerintah & rakyat) dengan cara yang cepat untuk mengangkat kembali nilai-nilai strategis yang diperlukan oleh bangsa dan negara untuk mampu menciptakan ketertiban dan kesejahteraan rakyat sehingga dapat ⁴² memenangkan persaingan di era globalisasi. (Menko Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan; 2015).

Revolusi mental menjadi sangat relevan dilakukan dalam membentuk karakter bangsa untuk memenangkan pasar global. Pembangunan fisik tanpa diikuti dengan pembangunan mental menyebabkan suatu bangsa menjadi roboh. Ini pula yang harus dilakukan para pengelola Humas di berbagai instansi pemerintah. Pola pikir revolusi mental adalah dengan melakukan perombakan cara berpikir, karakter, dan cara hidup. Adapun praktek ⁴³ revolusi mental berisi integritas, etos kerja, dan ²⁷ gotong royong. Sedangkan strategi 3 ²⁷ nilai revolusi mental adalah melalui : jalur birokrasi, jalur pendidikan, jalur swasta, dan jalur kelompok masyarakat.

Melalui revolusi mental diharapkan dapat meningkatkan pemahaman terhadap nilai budaya bangsa, yang dapat menjadi karakter bangsa. Revolusi mental mencerminkan suatu perubahan yang mengedepankan ¹⁹ integritas, etos kerja, dan gotong royong. Dalam kehidupan sehari-hari praktek revolusi **mental** menjadikan **manusia** Indonesia berintegritas, mau bekerja keras, dan memiliki semangat gotong **royong**. Hal ini dimulai dari aparat pemerintah yaitu Kementerian dan Lembaga untuk bersinergi membangun manajemen isi dan melakukan penguatan kapasitas aparat negara. Ini dilakukan mengingat bangsa Indonesia saat ini dinilai menghadapi masalah bangsa yaitu menurunnya wibawa bangsa, maraknya intoleransi, dan melemahnya ²¹ sendi-sendi perekonomian nasional.

Salah satu cara yang dilakukan GPR dalam mewujudkan revolusi mental adalah dengan memberdayakan kemampuan berbagai kelompok masyarakat yang ada untuk menginformasikan berbagai kebijakan pemerintah tengah, sudah, dan akan dibuat. Hal ini dilakukan untuk menyadarkan masyarakat sekaligus membuka pengetahuan masyarakat melalui berbagai saluran komunikasi yang ada., terutama yang terkait dengan program pembangunan nasional pemerintah. Harapan pemerintah dengan mengetahui berbagai program pemerintah maka masyarakat tahu berbagai upaya yang dilakukan pemerintah untuk mensejahterakan rakyatnya. Dengan demikian masyarakat tahu tujuan

pembangunan yang dilakukan pemerintah. Untuk itu salah satu cara yang dilakukan adalah dengan memberdayakan Kelompok Informasi Masyarakat yang ada di berbagai wilayah Indonesia.

Model Simetris Dua Arah

Menurut Grunig (1992), dalam prakteknya Humas dapat menggunakan model simetris dua arah yang menggambarkan model Public Relations yang bekerja berdasarkan penelitian dan menggunakan komunikasi untuk mengelola konflik dan meningkatkan pemahaman dengan publik strategik. Model ini menekankan pentingnya perubahan dari perilaku organisasi dalam merespons tuntutan publik. Sehingga Humas berfungsi untuk melakukan persuasi kepada publik sekaligus membujuk organisasi untuk melakukan perubahan. (dalam I Gusti Ngurah; 1999;7)

Melalui model simetris dua arah maka akan terjadi komunikasi dua arah yang akan meningkatkan hubungan baik antara publik dengan lembaga. Komunikasi dua arah merupakan lingkaran emas yang sangat baik dalam praktek Humas. Humas yang baik akan memberikan pelayanan yang maksimal kepada publik dengan mengarahkan mata dan telinga mereka untuk mengelola organisasi, layaknya seorang juru bicara. (Dozier; 2014)

Dengan demikian Humas tidak hanya sekedar mencari keuntungan lembaga saja, tetapi yang utama adalah mengetahui kebutuhan masyarakat, sehingga kebijakan yang akan dibuat pemerintah dapat diterima masyarakat. Dukungan masyarakat dalam setiap regulasi yang dibuat pemerintah tentu akan sangat berpengaruh bagi keberlangsungan suatu program. Program akan berjalan dengan baik jika masyarakat dapat memahami dan melaksanakan sesuai tujuan program. Tentu saja ini dibutuhkan data yang akurat dalam perencanaan program yang akan digulirkan pemerintah. Data dapat diperoleh melalui jajak pendapat, survey, analisis media, dan sebagainya. Melalui data tersebut maka dasar untuk merancang regulasi dapat dipertanggungjawabkan.

Humas saat ini sudah mengalami banyak perubahan, karena fungsi Humas bukan lagi hanya sebagai juru bicara pemerintah, tetapi juga dituntut untuk dapat menjadi penghubung ide antara pemerintah dan masyarakat. Komunikasi dua arah sangat dibutuhkan dalam rangka menjalankan fungsi Humas sebagai mediator. Sebagai penghubung maka Humas harus mampu memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan baik, sehingga pemerintah akan tahu berbagai permasalahan yang dihadapi masyarakat. Dengan demikian masyarakat dapat didorong untuk ikut terlibat aktif dalam proses pembangunan. Karena apapun yang dilakukan pemerintah tidak akan efektif jika pemerintah tidak mampu mengkomunikasikan informasi kepada masyarakat dengan baik. Jalinan komunikasi dua arah memungkinkan masyarakat dan pemerintah untuk saling bertukar informasi. Informasi tidak hanya berasal dari pemerintah, tetapi juga berasal dari masyarakat. Untuk itu Humas harus mampu

menjembatani arus informasi dengan memberikan memanfaatkan berbagai media komunikasi yang ada. Publik butuh keterbukaan informasi, tuntutan untuk dialog dengan masyarakat menjadi tak terelakkan lagi dalam rangka menjaga reputasi pemerintah.

Kelompok Informasi Masyarakat (KIM)

Dalam rangka melakukan keterbukaan informasi kepada publik, Kemeninfo berupaya membangun akses komunikasi dan informasi ke seluruh pelosok desa melalui Kelompok Informasi Masyarakat (KIM). Pemberdayaan KIM menjadi salah satu alternatif menjawab tantangan global, khususnya sebagai bentuk refleksi revolusi mental aparat pemerintah. Ini menyadarkan akan pentingnya membangun kemitraan dengan berbagai pihak baik di tingkat kabupaten atau kota. KIM sebagai simpul komunikasi antara pemerintah dan masyarakat juga berperan sebagai penyebar (diseminator) informasi kepada masyarakat.

Berdasarkan Peraturan Menteri Kominformasi No.8/2010 tentang Pengembangan dan Pembedayaan Lembaga Komunikasi sosial, lembaga komunikasi pedesaan adalah Kelompok Informasi Masyarakat atau kelompok sejenis lainnya, dibentuk oleh masyarakat, dari masyarakat dan untuk masyarakat yang secara mandiri dan kreatif mengelola informasi dan pemberdayaan masyarakat guna meningkatkan nilai tambah. Keberadaan sumber daya pengelola KIM membuka peluang untuk membangun aktivitas yang dapat bernilai ekonomis. Oleh karena itu diperlukan kerja keras dan semangat gotong royong untuk mendayagunakan informasi semaksimal mungkin. Hal itu sesuai dengan amanat gerakan revolusi mental yang saat ini digalakkan pemerintah.

Pemberdayaan KIM dapat difasilitasi pemerintah kabupaten atau kota, dimana pemerintah bertindak sebagai fasilitator dan dinamisator agar KIM mandiri dalam memanfaatkan informasi untuk meningkatkan taraf hidup. Adapun prinsip-prinsip yang harus dipegang KIM adalah sebagai berikut :

PRINSIP	PENJELASAN
Kesetaraan	antara pihak yang diberdayakan dan yang memberdayakan memiliki posisi yang sejajar, tidak ada yang menominasi dan didominasi
Kebersamaan	aktivitas pemberdayaan diselenggarakan dalam suasana kekeluargaan yang mengedepankan keharmonisan, persatuan dan kerukunan/kehoesi sosial
Sinergitas	pemberdayaan harus dilakukan melalui kerjasama yang terkoordinasi dengan para pemangku kepentingan baik yang ada dipusat, di daerah (kabupaten/kota), maupun di lokasi pemberdayaan
Keterbukaan	masing-masing pihak baik yang diberdayakan maupun yang memberdayakan diharapkan menyampaikan informasi secara fair, jujur, transparan, tidak ada yang ditutup-tutupi
Keadilan	pemberdayaan dilakukan dengan kuantitas dan kualitas yang sama untuk seluruh kelompok masyarakat yang ada di seluruh wilayah

	Indonesia tanpa kecuali
Kemanfaatan	kegiatan pemberdayaan mengutamakan asaa manfaat bagi sebagian besar anggota masyarakat

(Sumber : KIM (Kelompok Informasi Masyarakat), Potret, Inspirasi, Jejaring, Direktorat Kemitraan Komunikasi Ditjen IKP Kemenkominfo; 2015)

Perkembangan KIM semakin bertambah seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan adanya kelompok yang dapat memberikan peluang akses usaha. Melalui KIM inilah masyarakat dapat berbagi informasi tentang semua hal yang dirasa dapat memberikan perubahan ekonomi secara nyata. Hasil pemertaan yang dilakukan Kemeninfo pada tahun 2015, menunjukkan adanya perubahan dan peningkatan jumlah KIM di beberapa propinsi. Adapun jumlah KIM di Indonesia adalah sebagai berikut :

Data KIM di Indonesia per Mei 2015

No	Propinsi	Jumlah
1.	NAD	501
2.	Sumatera Utara	77
3.	Sumatera Barat	17
4.	Sumatera Selatan	175
5.	Jambi	66
6.	Bengkulu	-
7.	Lampung	305
8.	Riau	20
9.	Kepulauan Riau	8
10.	Kep. Bangka Belitung	1
11.	DKI Jakarta	-
12.	Jawa Barat	367
13.	Banten	4
14.	Jawa Tengah	806
15.	DI. Yogyakarta	58
16.	Jawa Timur	1031
17.	Bali	94
18.	Nusa Tenggara Barat	41
19.	Nusa Tenggara Timur	124
20.	Kalimantan Barat	131
21.	Kalimantan Tengah	60
22.	Kalimantan Selatan	53
23.	Kalimantan Timur	22
24.	Sulawesi Utara	178
25.	Sulawesi Tengah	34
26.	Sulawesi Selatan	132
27.	Sulawesi Tenggara	15
28.	Gorontalo	9
29.	Sulawesi Barat	121
30.	Maluku	56

No	Propinsi	Jumlah
31.	Maluku Utara	-
32.	Papua	20
33.	Papua Barat	2
TOTAL		4.475

(Sumber : Hasil Pemetaan KIM Kemeninfo Tahun 2015, Direktorat Kemitraan Komunikasi Ditjen IKP Kemenkominfo; 2015)

Kemandirian Ekonomi Berbasis Masyarakat

Ekonomi kerakyatan diartikan sebagai sistem ekonomi nasional yang disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan, di mana produksi dikerjakan oleh semua, untuk semua, di bawah pimpinan atau penilikan anggota-anggota masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat (rakyat) dalam mengendalikan jalannya roda perekonomian (Baswir, 1993).

Kemandirian ekonomi dimaksudkan adanya partisipasi masyarakat dalam pembangunan di sektor ekonomi. Masyarakat ikut terlibat aktif dalam pendayagunaan potensi seluruh sumber ekonomi, hingga tahap menikmati hasil produksi. Artinya bahwa masyarakat dapat merasakan manfaat dari pembangunan sehingga memberikan peningkatan kehidupan yang lebih baik. Partisipasi masyarakat dapat dilakukan baik secara perorangan maupun kelompok. Peran serta masyarakat dalam kelompok memberikan sumbangan besar bagi keberhasilan perekonomian bangsa secara umum, khususnya bagi masyarakat secara pribadi. Hal ini sejalan dengan bunyi Pasal 27 UUD 1945 yang menyatakan bahwa, "Tiap-tiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan."

Dalam rangka mewujudkan ekonomi kerakyatan atau demokrasi ekonomi, anggota masyarakat tidak boleh hanya menjadi objek kegiatan ekonomi. Setiap anggota masyarakat tidak hanya sebagai onyek kegiatan ekonomi, tetapi harus didorong menjadi subyek kegiatan ekonomi. Dengan demikian, walau pun kegiatan pembentukan produksi nasional dapat dilakukan oleh para pemodal baik lokal maupun asing, tetapi penyelenggaraan kegiatan-kegiatan itu harus tetap berada di bawah kendali masyarakat. Harapannya bahwa partisipasi seluruh anggota masyarakat ikut serta memiliki modal atau faktor produksi lainnya. Negara dalam hal ini wajib menyediakan modal, baik itu material, intelektual, bahkan institusional. Sehingga hasil pembangunan tidak hanya dirasakan oleh segelintir orang, khususnya pemilik modal saja, tetapi semua pihak ikut merasakan manfaat pembangunan secara ekonomis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran nyata tentang keadaan permasalahan yang diteliti, dengan data yang

terkumpul sebagaimana ada pada saat penelitian akan diolah dengan berdasarkan analisa, secara ilmiah melalui metode berfikir deduksi dan induksi sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan.

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus atau penelitian kasus (*case study*), Studi kasus bersifat menjelajah secara luas, tetapi juga mendalam, namun pada obyek tertentu. Tujuan studi kasus adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter-karakter yang khas dari kasus yang kemudian dari sifat-sifat yang khas akan dijadikan suatu hal yang umum. Teknik pengumpulan data dengan melibatkan teknik observasi, wawancara kepada beberapa informan, serta kepustakaan. Informan dalam penelitian ini adalah :

1. Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pekalongan
2. Ketua Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kota Pekalongan
3. Humas Pemerintah Kota Pekalongan
4. Asisten Sekda Bidang Ekonomi Pembangunan dan Kesra di Sekretariat Daerah Kota Pekalongan

Analisis data dilakukan dengan menggunakan model interaktif yang dikembangkan Miles dan Huberman (dalam Creswell; 2010; 35) yang terdiri atas reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan. Penyajian data dilakukan dengan mengorganisasikan dan mendokumentasikan data yang terkumpul (Yin; 2000; 109). Penyajian data dilakukan dalam bentuk paparan secara naratif, tabel, maupun gambar.

PEMBAHASAN

Sekilas Kota Pekalongan

Sejarah kota Pekalongan banyak yang menulis dalam beberapa versi (Kantor Pariwisata Kota Pekalongan; 2003; 8) bahwa nama Kota Pekalongan sebagaimana diungkapkan oleh masyarakat secara turun temurun dengan beberapa versi, antara lain disebutkan bahwa pada masa Baurekso menjadi Bupati Pekalongan, ia juga sebagai tokoh panglima kerajaan Mataram. Karena mendapat perintah dari Sultan Agung untuk menyerang Kompeni di Batavia kurang lebih pada tahun 1628 maka ia berjuang keras bahkan diawali dengan bertapa seperti kalong/kelelawar (baha Jawa : *topo ngalong*). Pertapaannya di hutan gambiran, sekarang telah menjadi kampung dengan nama Gambaran. Versi lain mengatakan bahwa tempat pertapaan terdapat di daerah Kesesi, Wiradesa, Ulujami (Comal) dan Legok Kalong Kecamatan Karanganyar Kabupaten Pekalongan.

Kota pekalongan secara administratif terdiri dari 4 kecamatan yaitu Kecamatan Pekalongan Barat, Pekalongan Timur, Pekalongan Utara, dan Pekalongan Selatan yang mencakup 27 kelurahan. Sebelumnya Kota Pekalongan terbagi atas 47 kelurahan, namun dalam rangka efisiensi dan memudahkan koordinasi maka pada awal tahun 2015 dilakukan perampingan menjadi 27 kelurahan.

Jumlah penduduk 290.870 jiwa terdiri dari 145.450 jiwa laki-laki (50,01%) dan 145.420 jiwa perempuan (49,99%) dengan lapangan kerja utama di bidang perdagangan. Mata pencaharian masyarakat sebagian besar bertumpu pada sektor batik, perikanan, dan jasa. Aktivitas tertinggi dari masyarakat adalah menggeluti industri batik sehingga Pekalongan dinyatakan sebagai pusat batik nuantra (85% produk batik berasal dari Pekalongan). Kota Pekalongan memiliki sesanti “KOTA BATIK” (Bersih, Aman, Tertib, Indah, Komunikatif) dengan branding kota “World City of Batik” (Pemda KotaPekalongan; 2012)

Dalam rangka menurunkan angka kemiskinan Pemkot Pekalongan terus melakukan berbagai upaya yang berkelanjutan. Sesuai Perda Kota Pekalongan No.11/2008, tentang Percepatan Pembangunan Keluarga Sejahtera Berbasis Masyarakat (P2KSBM) maka strategi penanggulangan kemiskinan adalah :

1. Mendorong partisipasi dan kemitraan strategi antar stakeholder pembangunan
2. Mengoptimalkan peran dan potensi pilar-pilar utama pembangunan kelurahan
3. Berperspektif jangka menengah dengan kerangka target yang jelas dan terukur
4. Mengutamakan pengembangan kelembagaan dan sistem untukberkelanjutan program
5. Mengutamakan keswadayaan dan pengembangan kapasitas
6. Asistensi dan pendampingan pelaksanaan program

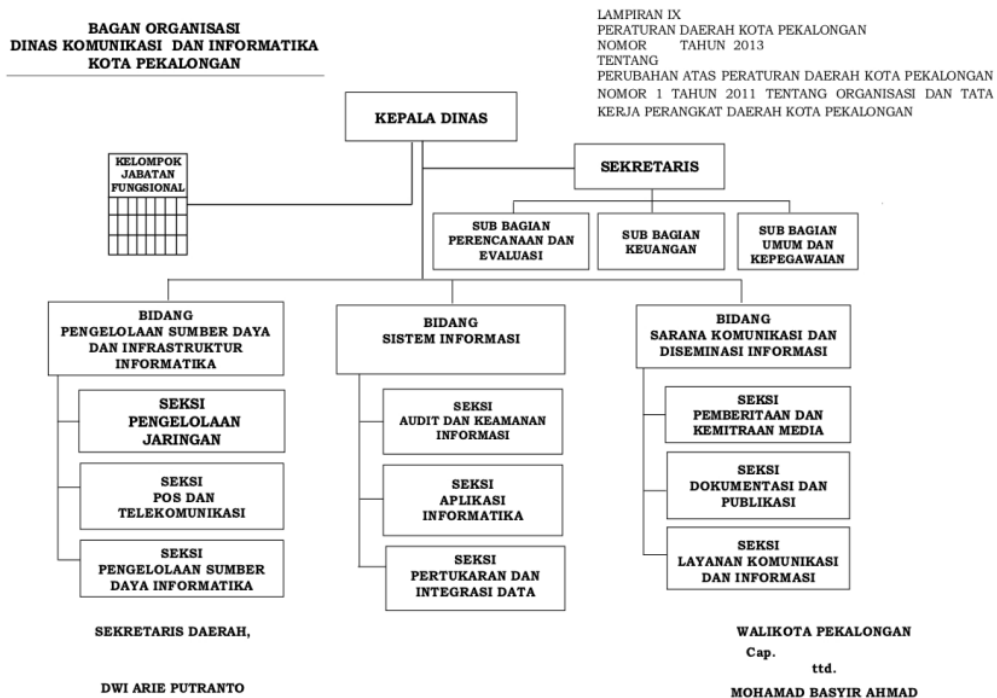
Adapun aktivitas pemberdayaan masyarakat dilakukan dengan usaha untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat melalui peran aktif masyarakat itu sendiri dalam mewujudkan terpenuhinya kebutuhan hidup,meningkatkan kesejahteraan sosial ekonomi, serta memperkokoh martabat manusia dan bangsa. Ini tidak lain adalah amanat dari gerakan revolusi mental yang sedang dicanangkan pemerintah dalam rangkameningkatkan martabat manusia Indonesia di tengah pusaran ekonomi global.Tentu saja dibutuhkan kerja keras dari tiap lembaga pemerintah yang ada di kota Pekalongan untuk mewujudkannya.Bangunan kemitraan antar dinas dan kelompok masyarakat merupakan salah satu solusi untuk menanggulangi kemiskinan. Ketersediaan informasi sebagai salah satu usaha untuk mendorong masyarakat aktif sangat dibutuhkan.

Tugas dan Fungsi Humas Pemerintah Kota Pekalongan

Sebelum 1 September 2014 Bagian Humas dan Protokol masuk dibawah Sekretariat Daerah dimana Sekretariat Daerah mempunyai tugas dan kewajiban membantu Walikota dalam menyusun kebijakan dan mengkoordinasikan Staf Ahli, Sekretariat DPRD, Dinas Daerah, Lembaga Teknis Daerah, Kecamatan, Kelurahan dan Lembaga Lain. Bagian Humas dan Protokol Berada pada Asisten Ekonomi, Pembangunan dan Kesejahteraan Rakyat . Bagian Humas Dan Protokol terdiri dari : Subbagian Pemberitaan dan Kemitraan Media; Subbagian Publikasi dan Dokumentasi ; Subbagian Protokol

Setelah ditetapkannya ³ Peraturan Daerah Kota Pekalongan Nomor ³ 17 tahun 2013 Tentang Perubahan atas peraturan daerah kota pekalongan Nomor 1 tahun 2011 tentang Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kota Pekalongan Fungsi Kehumasan berada pada ³ Dinas Komunikasi dan Informatika, yang merupakan unsur pelaksana otonomi daerah di bidang komunikasi dan informatika. Fungsi Kehumasan melekat pada salah satu Bidang pada Dinas Kominfo Kota Pekalongan yakni Bidang ²⁰ Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi (SKDI) dengan ³ 3 kepala seksi yakni : ³ Seksi Pemberitaan dan Kemitraan Media; Seksi Dokumentasi dan Publikasi; Seksi Layanan Komunikasi dan Informasi.

³² Berikut struktur organisasi yang ada di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pekalongan :



(Sumber : Dinas Kominfo Kota Pekalongan, 2013)

Sesuai dengan arah kebijakan pemerintah pusat dalam rangka melaksanakan Gerakan Revolusi Mental, Humas Pemerintah Kota Pekalongan tidak ingin tertinggal dalam gerakan itu. Humas Pemkot ikut bertanggungjawab dalam setiap kebijakan yang ditetapkan Pemerintah, terutama yang dikeluarkan oleh Walikota Pekalongan. Secara struktural, posisi Humas memang tidak cukup memadai untuk menjalankan tugas dan fungsinya dalam pemerintahan. Humas secara struktural masuk dalam ²⁰ organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pekalongan. Bahkan ²⁰ Humas ada di bawah bidang Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi. Namun demikian, ²⁰ dengan posisi Humas yang demikian kecil, tidak menyurutkan semangat Humas untuk mendorong masyarakat agar terlibat dalam berbagai program

pemerintah baik individu, kelompok, maupun organisasi. Adapun Tugas, Fungsi dan Kewenangan Humas saat ini adalah sebagai berikut :

1. **Pemberitaan dan Kemitraan Media menyelenggarakan fungsi :**
 - a. Penyusunan rencana kerja kegiatan pemberitaan dan kemitraan media;
 - b. Pengumpulan serta pengolahan data informasi sebagai bahan pemberitaan;
 - c. Penyiapan bahan penyusunan kebijakan, pedoman dan petunjuk teknis bidang Pemberitaan dan Kemitraan Media;
 - d. Pelaksanaan kegiatan pelayanan informasi secara langsung maupun tidak langsung;
 - e. Pelaksanaan pengembangan jalinan kerjasama dengan instansi terkait, media massa dan tokoh masyarakat;
 - f. Pelaksanaan penyelenggaraan forum koordinasi dengan media massa;
 - g. Pengevaluasian dan pelaporan pelaksanaan kegiatan;
 - h. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan bidang tugas dan fungsinya.
2. **Dokumentasi dan Publikasi menyelenggarakan fungsi :**
 - a. Penyusunan rencana kerja kegiatan dokumentasi dan publikasi;
 - b. Pelaksanaan pembuatan siaran pers dan pendistribusian bahan informasi publik kepada media massa dan masyarakat;
 - c. Pelaksanaan penerbitan media massa Pemerintah Daerah;
 - d. Pelaksanaan pemantauan pendapat umum yang berkembang di media massa dan dalam kegiatan sosial masyarakat;
 - e. Pemantauan kegiatan/pertemuan umum masyarakat yang memunculkan pendapat umum;
 - f. Pelaksanaan kegiatan dokumentasi kegiatan-kegiatan Pemerintah Kota;
 - g. Pelaksanaan pemeliharaan dokumentasi;
 - h. Pelaksanaan peliputan kegiatan-kegiatan Pemerintah Daerah;
 - i. Pelaksanaan kegiatan tata usaha bagian ;
 - j. Pengevaluasian dan pelaporan pelaksanaan kegiatan;
 - k. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan bidang tugas dan fungsinya.
3. **Layanan Informasi dan Komunikasi menyelenggarakan fungsi :**
 - a. Menyiapkan bahan penyusunan kebijakan, pedoman dan petunjuk teknis bidang komunikasi dan informasi
 - b. Perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang layanan informasi
 - c. Melaksanakan penyelenggaraan dan pengelolaan data informasiMenyiapkan bahan penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria di bidang layanan informasi
 - d. Melaksanakan kegiatan pelayanan informasi langsung baik secara tatap muka, mobile, media luar ruang, pameran, pertunjukan-pertunjukan
 - e. Mengembangkan jalinan kerjasama dengan instansi terkait, media massa dan tokoh masyarakat

- f. Menyelenggarakan forum koordinasi dengan media massa
- g. Mengevaluasi dan melaporkan pelaksanaan tugas dan fungsi
- h. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan bidang tugas dan fungsinya.

Dalam rangka menjadi penghubung masyarakat dan pemerintah Kota Pekalongan, Humas menerapkan berbagai strategi dalam mendorong Kemandirian Bidang Perekonomian mengacu kepada RPJMD Kota Pekalongan Tahun 2010-2015. Sesuai visi Kota Pekalongan adalah “Terwujudnya Kota Jasa yang Berwawasan Lingkungan menuju Masyarakat Madani Berbasis Nilai-nilai Religiusitas”. Terwujudnya kota jasa dimaksudkan sebagai pembangunan ekonomi daerah yang mengutamakan keunggulan ekonomi berbasis kreativitas, inovasi, pengetahuan, keahlian, pelayanan, etika, etos kerja yang tinggi dan potensi daerah diberbagai bidang kehidupan, seperti pariwisata, perdagangan, industri, perikanan, pendidikan, dan lain-lain, dalam rangka membentuk masyarakat wirausaha yang mandiri. Dengan demikian terwujudnya kota jasa dalam pembangunan ekonomi Kota Pekalongan menekankan daya saing yang bersumber pada keunggulan Sumber Daya Manusia dibanding pada keunggulan Sumber Daya Alam yang semakin hari semakin terbatas. Kota Pekalongan dengan luas 45,25 km² dengan sumber daya alam yang terbatas mengharuskan daerah untuk lebih kreatif dan inovatif menggali potensi daerah untuk lebih dikembangkan.

Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kota Pekalongan dalam Kemandirian Ekonomi Masyarakat

Dalam rangka mendorong partisipasi masyarakat melalui kelompok, maka Humas Pemkot Pekalongan melakukan kemitraan dengan berbagai kelompok yang ada, seperti KIM, LPM, PKK. Ini diupayakan dalam meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat berbasis kelompok. Bentuk kemitraan yang dilakukan adalah :

1. Pembentukan, pendampingan dan penguatan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) di se Kota Pekalongan di 27 Kelurahan, dimana sudah ada 1 KIM Kota dan 13 KIM di Kelurahan dengan akte dan susunan kepengurusan.
2. Pendampingan Komunitas TIK, pembuatan pengelolaan website untuk promosi dan peningkatan usaha online
3. Diseminasi dan Penyebarluasan Informasi (KIM, PKK, LPM) melalui media Pemerintah Kota Pekalongan yang dikelola oleh Diskominfo (Humas) Pemkot Pekalongan : Radio Kota Batik , Batik TV, Website, Warta Kota Batik, buku dan media lainnya

Terkait dengan partisipasi kelompok, maka KIM sebagai salah satu lembaga yang dibentuk masyarakat, diharapkan dapat membantu pemkot dalam mendorong kemandirian ekonomi masyarakat melalui berbagai informasi yang disebarkan. Kehadiran KIM memiliki peranan yang sangat strategis dalam usaha menyongsong peradaban tatanan masyarakat global. Berbagai sarana komunikasi dan publikasi secara lengkap dimanfaatkan dalam rangka membantu masyarakat untuk mendapatkan informasi yang akurat sekaligus memberikan peluang kepada masyarakat untuk mengembangkan potensi yang dimiliki masyarakat.

KIM memiliki arti penting dalam diseminasi informasi karena menjadi mediator komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Berbagai upaya dilakukan KIM dalam rangka meningkatkan kemampuan masyarakat

dalam mengakses informasi, agar masyarakat dapat merasakan manfaatnya. Akses informasi terutama diarahkan pada informasi tentang pembangunan. Dengan berbagai aktivitas yang dilakukan, KIM mampu memberikan harapan hidup lebih baik kepada masyarakat. Sehingga masyarakat aktif dan peduli terhadap berbagai informasi seputar pembangunan. Selain itu, KIM mempunyai arti penting dalam membangun jejaring dengan dunia usaha. KIM menjadi wahana komunikasi dalam menggerakkan masyarakat mengakses informasi dan memanfaatkan informasi tersebut sehingga mempunyai nilai tambah untuk mencapai kesejahteraan hidup masyarakat. Meningkatnya kesejahteraan hidup masyarakat akan dapat menggerakkan kemampuan masyarakat memiliki pendidikan lebih baik, sehingga masyarakat mampu memberdayakan dirinya sendiri untuk menjawab tantangan masa depan.

Keinginan untuk terus maju menjadi suatu bukti bahwa masyarakat peduli terhadap seluruh program pembangunan yang dijalankan pemerintah. Masyarakat sadar bahwa mereka adalah bagian dari proses pembangunan, dan mereka juga sadar bahwa menjadi anggota KIM memberikan manfaat besar bagi mereka. Kesadaran masyarakat untuk aktif dalam KIM merupakan tantangan sekaligus dorongan untuk memberikan kontribusi bagi warga masyarakat lainnya. Pemerintah, melalui Humas bertugas mendorong dan membina agar masyarakat terus mampu mengelola dan memberdayakan berbagai informasi melalui KIM. Sehingga informasi tersebut dapat memberikan nilai tambah bagi individu, kelompok, maupun masyarakat sekitar. Untuk itu diperlukan sinergi antara pemerintah dan KIM baik di tingkat pusat maupun daerah. Melalui sinergi ini bukan tidak mungkin masyarakat akan semakin yakin akan terwujudnya persatuan sosial dan kebersamaan sesuai cita-cita pemerintah yang dituangkan dalam agenda pembangunan nasional, yaitu mewujudkan masyarakat yang berdaya saing.

Anggota KIM sangat merasakan manfaat setelah mereka tergabung dalam KIM, melalui KIM banyak informasi yang dapat diolah dan dikembangkan sehingga kehidupan mereka secara ekonomis menjadi lebih baik. Berbagai akses informasi didapat ketika mereka menjadi anggota KIM, seperti : kesempatan untuk mendapatkan modal usaha, lokasi usaha dengan harga sewa terjangkau, jejaring mendapatkan penghasilan melalui lembaga lain, peningkatan dalam bidang pendidikan (sekolah gratis). Bahkan informasi yang terjadi di sekitar mereka, seperti : keamanan kampung, seputar penyakit yang saat itu marak berkembang, serta berbagai kursus singkat yang dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi mereka dalam wira usaha.

Kerja KIM sangatlah sederhana, yaitu dengan memanfaatkan potensi dan sumber informasi yang ada, lalu diolah kemudian disampaikan kepada masyarakat dengan menggunakan bahasa-bahasa yang mudah dipahami. Tugas KIM adalah ³⁶ memberikan informasi kepada masyarakat tentang segala sesuatu yang dibutuhkan masyarakat. Setelah itu dilakukan diskusi antara masyarakat dan pemangku kepentingan untuk dicarikan solusinya, dan KIM sebagai mediator antara masyarakat dan pemangku kepentingan. Adapun kepentingan dapat berasal dari dinas pemerintah yang ada di Kota Pekalongan, dunia usaha, lembaga masyarakat lain (LPM, PKK, Karang Taruna, KIM daerah lain).

Meskipun aktivitas KIM tidak terlalu cepat menampakkan hasil secara ekonomi, namun manfaat yang diterima masyarakat sangatlah besar. Masyarakat lebih memahami berbagai informasi tentang pembangunan. Peluang untuk meningkatkan usaha secara mandiri pun semakin terbuka, karena kesempatan untuk terlibat dalam ajang berbagai pameran produk semakin besar. Melalui beberapa pameran ataupun event lain yang digelar pemerintah Kota Pekalongan maupun pemerintah Pusat, anggota KIM turut berpartisipasi. Lewat ajang inilah konsumen mengetahui berbagai produk yang dihasilkan masyarakat dengan wadah nama individu maupun KIM. Dengan demikian sedikit demi sedikit jejaring pemasaran terbuka, sehingga memungkinkan kehidupan masyarakat juga mengalami perubahan. Selain itu pemanfaatan TIK sebagai ajang promosi pun dimanfaatkan, yaitu dengan berbagai informasi usaha yang dihasilkan masyarakat. Sehingga membuka kesempatan bagi konsumen dari luar daerah untuk mengetahui dan sekaligus menjalin kerjasama dengan masyarakat secara langsung. Hal ini tidak dapat dipungkiri dari kerja keras dari Dinas Kominfo, khususnya Humas Kota Pekalongan sebagai motor penggerak kiprah KIM di masyarakat. Berbagai terobosan dilakukan, dalam rangka membangun kesadaran masyarakat akan pentingnya informasi dalam meningkatkan kehidupan mereka sehingga masyarakat memiliki daya saing sebagaimana diamanatkan dalam Gerakan Revolusi Mental.

Revolusi Mental Government Public Relations Kota Pekalongan

Seiring dengan diterapkannya Gerakan Revolusi mental Humas Pemkot Pekalongan melakukan berbagai reformasi, khususnya dalam diseminasi informasi. Meskipun tidak memungkinkan untuk berbuat banyak secara struktural, namun upaya yang dilakukan Humas Pemkot Pekalongan sudah dirasakan manfaatnya oleh berbagai pihak. Dalam hal penyebaran informasi, Humas telah menggunakan berbagai media untuk menyampaikan berbagai informasi terkait dengan pembangunan. Publikasi informasi yang paling menonjol saat ini adalah :

1. TV Batik, nama ini mengacu pada identitas kota Pekalongan sebagai Kota Batik. TV ini diharapkan menjadi lembaga yang independen, netral dalam melayani masyarakat dan tidak bersifat komersial. Penggunaan TV ini dimaksudkan untuk membangun karakter bangsa di tengah arus globalisasi, sehingga dapat menampilkan karakter Indonesia yang asli. Program Batik TV antara lain : buletin bedah, expose, news tebar kabar, dan MATARI (Mangan-mangan Tak Bayari)
2. Batik Net, jaringan lokal ini bukan hanya menghubungkan dinas pemerintah saja tetapi juga menghubungkan sekolah, puskesmas, dan lembaga lainnya. Walaupun kualitasnya masih terbatas, namun peningkatan terus dilakukan dalam rangka percepatan pembangunan.
3. Telecenter, meliputi Community Acces Point (CAP) dan Mobile Community Acces Point (M-CAP) yang berfungsi sebagai sarana pembelajaran TIK dan akses internet. Pemkot Pekalongan saat ini memiliki 47 telecenter LPM di setiap kelurahan se-kota Pekalongan.

Namun demikian penggunaan media tersebut tidak menghilangkan media lain yang ada, seperti surat kabar, panflet, majalah, serta radio Kota Batik FM. Pemanfaatan berbagai media tersebut sangat

dirasakan bermanfaat, karena satu sama lain saling melengkapi. Selain diseminasi melalui media, Humas juga melakukan pembinaan secara langsung kepada masyarakat dengan melibatkan instansi pemerintah lain. Ini dilakukan dalam rangka mendorong pelaku usaha dan masyarakat dapat saling terhubung, sehingga dapat saling mengetahui kebutuhan masing-masing pihak. Adapun aktivitas yang dilakukan Humas dapat digambarkan sebagai berikut :



(Sumber : Hasil Penelitian, 2016)

Informasi yang disampaikan Humas diharapkan dapat diolah masyarakat sehingga informasi tersebut bernilai ekonomis, artinya memberikan manfaat dalam meningkatkan kehidupan masyarakat. Melalui kelompok masyarakat yang ada di tingkat kelurahan, informasi tersebut dapat didiskusikan dalam forum yang lebih terfokus. Pemanfaatan informasi yang bernilai ekonomis tersebut diharapkan dapat menumbuhkan semangat masyarakat dalam meningkatkan kehidupannya secara ekonomi. Meskipun kondisi masyarakat berbeda, namun hal itu tidak menyurutkan Humas untuk terus melakukan diseminasi informasi dan pembinaan dalam berbagai bidang kepada masyarakat. Kerja keras tersebut akan mampu mendorong masyarakat mandiri secara ekonomi, sehingga angka kemiskinan akan menurun.

Berbagai aktivitas yang dilakukan Pemkot Pekalongan telah menampakkan hasil yang lebih baik dalam percepatan pembangunan di berbagai bidang, khususnya bidang ekonomi. Hal ini juga merupakan salah satu bentuk keterlibatan Humas dalam diseminasi informasi. Penyebaran informasi berbagai program pembangunan sudah menyentuh hingga masyarakat di tingkat kelurahan, sehingga memungkinkan tersebar tingkat individu. Keterlibatan pemerintah dan masyarakat dalam rangka mendorong terwujudnya ekonomi kerakyatan menampakkan hasil, yaitu :

1. Tingkat kepercayaan masyarakat meningkat terhadap hasil-hasil pembangunan yang mendorong semangat gotong royong.
2. Komunikasi antara birokrasi daerah (pemda) dan masyarakat semakin mudah terjalin

3. Lembaga kemasyarakatan di tingkat kelurahan sebagai mitra pemerintah dalam pembangunan semakin tangguh, mandiri dan dapat menumbuhkan kepedulian masyarakat terhadap dirinya maupun masyarakat sekitar.
4. IPM mengalami kenaikan dari 71,9 menjadi 74,90, ini juga merupakan salah satu hasil dari Percepatan Pembangunan Keluarga Sejahtera Berbasis Masyarakat (P2KSBM) yang dilakukan berdasarkan Perda No.11 tahun 2008 tentang Percepatan Pembangunan Keluarga Sejahtera Berbasis Masyarakat (P2KSBM) yang menjadi tonggak lahirnya kebijakan penanggulangan kemiskinan di Kota Pekalongan yang legitimate, konsisten, dan berkelanjutan.

DISKUSI

Secara praktis, dalam rangka memaksimalkan fungsi Humas Pemerintah, maka hendaknya Humas di tingkat daerah juga ⁴¹ memiliki tugas dan fungsi yang sama dengan Humas di tingkat pusat. Ini dapat dilakukan jika posisi Humas secara struktural tepat berada di bawah pimpinan tertinggi. Jika di tingkat pusat ada di bawah Menteri, sedangkan di tingkat daerah berada di bawah Gubernur, Walikota, atau Bupati. Posisi ini akan menentukan tugas dan fungsi Humas dalam melakukan aktivitasnya. Selain itu jabatan Humas dalam lembaga pemerintah tidaklah semenarik di lembaga swasta. Jabatan Humas hanya di level fungsional, sehingga jenjang karir Humas tidaklah sebaik karyawan dalam jabatan struktural. Oleh karena harus dilakukan peninjauan ulang atas surat keputusan penetapan Humas di instansi pemerintah.

Secara teoritis, hendaknya kajian tentang Humas Pemerintah, dapat dilakukan studi komparasi untuk Humas pemerintah pusat dan daerah, sehingga dapat menggambarkan secara jelas tugas dan fungsi Humas di level pusat dan daerah. Temuan hasil penelitian dapat memberikan deskripsi secara holistik tentang kondisi Humas Pemerintah di Indonesia. Dengan demikian kiprah Humas Pemerintah ²¹ tidak hanya bergema di tingkat lokal, namun juga nasional bahkan internasional. Ini menjadi salah satu upaya membangun citra Indonesia di mata dunia. Hal ini menjadi tantangan sekaligus harapan agar Indonesia ikut terlibat di pasar global.

KESIMPULAN

1. Humas Pemkot Pekalongan sudah melakukan fungsinya secara maksimal, bahkan telah melakukan berbagai perubahan, meskipun secara struktural posisinya belum maksimal. Melalui berbagai aktivitas Humas telah melakukan upaya untuk mendorong terwujudnya kemandirian ekonomi berbasis masyarakat.

2. Pemanfaatan berbagai media diperlukan dalam rangka menunjang penyebaran dan akses informasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat. Ini dilakukan dalam rangka melengkapi dan menguatkan informasi yang sudah ada.
3. Dalam upaya membangun ekonomi kerakyatan diperlukan kemitraan antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat. Hal ini dilakukan agar masyarakat mendapatkan informasi yang akurat secara langsung sesuai kebutuhan masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Baswir, Revisond (1995), *Tiada Ekonomi Kerakyatan Tanpa Kedaulatan Rakyat*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Creswell, John.,W., (2010), *Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*, edisi ketiga, cetakan I, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Direktorat Kemitraan Komunikasi Ditjen IKP Kemenkominfo; (2015), *KIM (kelompok Informasi Masyarakat), Potret, Inspirasi, Jejaring (cetakan kedua)*
- Sinamo, Jansen, (2014), *Revolusi Mental Dalam Institusi, Birokrasi, dan Korporasi*, Institut Darma Mahardika, Jakarta
- Teknopreneur, (2015), *Revolusi TIK dari Kota BatikPekalongan, Rekam Jejak Perjuangan HM Basyir Ahmad*, CV. Alfada, Pekalongan
- Wilcox, D.L., Cameron, G.T., & Reber, B.H., (2015), *Public Relations and Tactics* (11 th ed.), Boston, MA : Allyn Bacon.
- Yin, Robert.,K., (2000), *Case Study Research Design and Methods (terjemahan)*, PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta

Artikel dalam Jurnal Ilmiah

- Dozier, DavidM., (2010), *Applying the General Process Model of Content Homogenization to Public Relations and Pubic Information*, Global Media Journal Vol.10, Issue 17

Proseedings Seminar atau Simposium

- Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan, (2015), *Sosialisasi Gerakan Nasional Revolusi Mental*, Jakarta

Internet

- http://www.kompasiana.com/syawal_efendi_tarigan/ekonomi-kerakyatan-antara-konsep-dan-realita_552e22f36ea834f8088b456a

Revolusi mental government PR dalam mewujudkan kemandirian ekonomi masyarakat: studi kasus Pemkot Pekalongan dalam mendorong kelompok informasi masyarakat (KIM) menuju kemandirian ekonomi masyarakat

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.undip.ac.id Internet Source	3%
2	kim-jagapativolunteer.blogspot.com Internet Source	2%
3	jdih.pekalongankota.go.id Internet Source	1%
4	pekalongankota.go.id Internet Source	1%
5	docobook.com Internet Source	1%
6	students.ukdw.ac.id Internet Source	1%
7	henihendrayani.blogspot.com Internet Source	1%
8	issuu.com Internet Source	1%

9	bkhh.lipi.go.id Internet Source	1 %
10	ecosocrights.blogspot.com Internet Source	1 %
11	Submitted to Police Academy – University of Police Science Student Paper	1 %
12	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	1 %
13	idamaya.blogspot.com Internet Source	1 %
14	shofiaindah.wordpress.com Internet Source	1 %
15	postel.go.id Internet Source	1 %
16	www.giuslay.kapusin.org Internet Source	<1 %
17	diskominfo.kukarkab.go.id Internet Source	<1 %
18	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
19	januarygift.blogspot.com Internet Source	<1 %
20	123dok.com	

Internet Source

<1 %

21

es.scribd.com

Internet Source

<1 %

22

kimmojokertokota.blogspot.com

Internet Source

<1 %

23

Submitted to Universitas Diponegoro

Student Paper

<1 %

24

id.scribd.com

Internet Source

<1 %

25

kominfo.go.id

Internet Source

<1 %

26

Submitted to Binus University International

Student Paper

<1 %

27

Submitted to Universitas Pendidikan
Indonesia

Student Paper

<1 %

28

itspwk.blogspot.com

Internet Source

<1 %

29

repository.uinsu.ac.id

Internet Source

<1 %

30

www.blitarkab.go.id

Internet Source

<1 %

31

repository.unhas.ac.id

Internet Source

<1 %

32

Submitted to Sriwijaya University

Student Paper

<1 %

33

informasitrainingterbaru.com

Internet Source

<1 %

34

www.desajambu.com

Internet Source

<1 %

35

Submitted to Telkom University

Student Paper

<1 %

36

amungra.blogspot.com

Internet Source

<1 %

37

de.scribd.com

Internet Source

<1 %

38

idoc.pub

Internet Source

<1 %

39

www.finansialku.com

Internet Source

<1 %

40

pn-sleman.go.id

Internet Source

<1 %

41

repository.bsi.ac.id

Internet Source

<1 %

42

repository.iainpurwokerto.ac.id

Internet Source

<1 %

43

repository.uinjkt.ac.id

Internet Source

<1 %

44

www.dutanusantaramerdeka.com

Internet Source

<1 %

45

www.metrotvnews.com

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On