

### **Ringkasan Penelitian**

Penelitian ini berusaha untuk mengkaji strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam upaya mewujudkan Kota Layak Huni. Dalam mewujudkan Kota Layak Huni, pemerintah memerlukan peran Humas dalam mengkomunikasikan kepada masyarakat terkait dengan kebijakan yang dibuat oleh pemerintah Kota Surabaya. Lingkungan hidup menjadi salah satu permasalahan dalam perencanaan wilayah kota. Hal ini disebabkan perkembangan kawasan perkotaan di Indonesia yang semakin meningkat dikarenakan tingginya tingkat urbanisasi. Peningkatan ini disebabkan oleh tingginya jumlah penduduk yang berakibat kota menjadi lebih padat sebagai hasil dari adanya kenaikan fertilitas penghuni kota maupun tambahan penduduk desa yang berkembang dikota. Menurut Fatimah (2012) bahwa kebutuhan ruang di perkotaan menjadi masalah yang cukup penting, karena meskipun dengan keterbatasan ruang tetapi permintaan tetap meningkat. Selain itu, menghubungkan antara masyarakat dengan lingkungan hidup dapat berpotensi untuk meningkatkan ikatan psikologis dan emosional terhadap kota yang ditinggali (Cheng et al, 2003; Beatley, 2005).

Penelitian ini merupakan penelitian Kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif dan metode penelitian Studi kasus. Robert K Yin (2002, p 32) metode studi kasus merupakan sebuah metode yang mengacu pada penelitian yang memiliki unsur How dan Why yang memberikan peluang bagi penulis untuk menelaah data secara mendalam. Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu data primer dan sekunder. Data primer meruokan data yang diperoleh langsung dari objek penelitian. Dalam hal ini adalah wawancara mendalam. Sedangkan data sekunder adalah data diperoleh dari publikasi yang dikeluarkan oleh organisasi terkait. Pada penelitian ini terdapat empat informan yaitu Wawan, Gatra, Nina, dan Eko. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu melalui wawancara mendalam, studi dokumen, dan observasi.

Hasil penelitian ini memberikan analisis terkait pada tahap perencanaan yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam merencanakan sebuah kegiatan komunikasi. Tahap peratama yaitu riset dan analisis, Humas melakukan riset pada dua tahapan yaitu riset tahunan untuk mengetahui apa yang telah dilakukan oleh Humas kemudia riset mingguan sebagai untuk pemilihan topik media sosial humas pemerintah Kota Surabaya. Setelah itu, barulah Humas melakukan analisis dan

membuat kategorisasi terkait mana yang paling penting hingga mana yang dapat dilakukan tidak begitu mendesak. Tahap kedua adalah perumusan kebijakan, tahap ini merupakan perumusan kegiatan apa saja yang akan dilakukan untuk upaya mendukung Pemerintah Kota Surabaya dalam mewujudkan Kota Layak Huni. Kemudian pada tahap ketiga adalah perencanaan pelaksanaan. Ini merupakan meliputi tenaga yang digunakan, anggaran, hingga fasilitas yang digunakan. Humas merupakan bagian yang ada dalam pemerintah Kota Surabaya, Bagian Humas sendiri merupakan sebagian besar berasal dari lulusan yang sesuai yaitu ilmu komunikasi dan jurnalistik. Dalam hal anggaran humas memaksimalkan penggunaan anggaran APBD yang dialokasikan kepada Humas untuk kegiatan komunikasi Humas, kemudian terkait fasilitas ini adalah Humas memiliki aksesibilitas yang dapat melakukan koordinasi langsung dengan Walikota maupun dinas – dinas yang terkait. Pada tahap terakhir dalam rangkaian organisasi Humas adalah kegiatan komunikasi. Tahap ini meliputi bentuk pesan yang digunakan dalam penyampaian Informasi dan juga media yang digunakan.

Setelah pada bagian organisasi, pada perencanaan komunikasi Philip Lesly bagian kedua ada publik. Publik yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah komunikan dalam kegiatan komunikasi humas. Komunikan dalam kegiatan komunikasi Humas adalah Dinas – dinas di lingkungan Pemerintah kota Surabaya, masyarakat Surabaya, dan Followers media sosial Humas Pemerintah Kota Surabaya. Publik ini memiliki dua tahapan yaitu Feedback dan Evaluasi. Dimana feedback yang diberikan publik kepada kegiatan komunikasi humas ini berupa comment – comment di media sosial humas pemerintah kota Surabaya. Dan tahap Evaluasi ini dilakukan oleh Humas pada setiap setahun sekali tidak pada setiap program yang telah dilakukan. Hal ini membuat Humas tidak mengetahui sejauh mana program komunikasi yang dilakukan ini dapat diterima oleh komunikannya.

## Summary

This research trying to assess the communications strategy undertaken by the government of public relations of the city of Surabaya to creates livable City. This is because the development of urban area in Indonesia has been increasing to the high level urbanization. The increase was caused by the high number of residents who led the city got more crowded as a result of changes in a city dweller fertility as well as additional villagers that develops in the city According to Fatimah (2012) that the needs of space in urban areas be a problem that has a significant, Because despite the space of the limited then will still rise In addition, links between the environment can has the potential to improve psychological and emotional ties to the city a livable ( Cheng, et al 2003; Beatley, 2005 ).

The research is the qualitative research and descriptive methods than case study research. Robert k yin ( 2002 , p 32 ) the case study is a method referring to research have an element how and why Provide opportunities for a writer to look at data in depth Data sources in this research divided into two the primary and secondary data. Primary data is data obtained indirectly of an object research. In this case is in depth interviews. While secondary data is the data obtained from a publication issued by the relevant originations. On this research they have got about four informants in company promised to supply so that wawan, gatra , nina , and eko .The technique of collecting data in this research local revenue for example through in depth interviews, the study documents, and observation.

The result of this research is give analysis related on the planning stages done by public relations municipal Surabaya in planning a communication activities. The first phase that is research and analyses , public relations did research on two phases of the annual research to find out what the public relations which have been taken by research crawled in weekly as for election to the topic of social media public relations Surabaya city government. After that, only then did public relations do an analysis and make the categorization of related to which the most important to tell which ones could be done not urgent. The second stage is policy formulation, this stage is the formulation what will be done to attempt municipal Surabaya in achieving city livable. Then in the third stage is planning implementation. It is covering power used, budget to facilities used. Public relations is the part is in government, city Surabaya of public relations itself is it mostly comes in from the science graduates appropriate

communication and journalistic. In the event the articles financial make maximum use of public relations budget is allocated to public relations for the communication, public relations later associated facilities it is public relations having accessibility be direct coordination with the mayor and the related. In the last stage in the public relations organization the communication. This stage covering the form of a message that used in communicating information and well as the media that used.

After part of an organization, in communication strategy Philip Lesly. Public is the second part Public intended in this research was communicate public relations in the communication. In the activities of public relations communicant communication is the office within the Surabaya, the community Surabaya , and followers social media public relations of government throughout Surabaya. The public is having two phases of the feedback and evaluation .Where feedback given to the public communication of public relation it will be comment in social media municipal Surabaya public relations. And phase the evaluation was completed by public relations on each once a year not on each program that has been carried out .This makes public relations do not know extent to which it a communication that does this do to be acceptable to communicate.

## Abstrak

**Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Surabaya dalam Mewujudkan Kota Layak Huni**

Rizka Rahma Amalia (071714853004)

Saat ini banyak masyarakat kota mengeluhkan ketidaknyamanan lingkungan kota tempat tinggal mereka. Kota layak huni atau *The Livable City* merupakan gambaran sebuah lingkungan dan suasana kota yang nyaman sebagai tempat tinggal dan sebagai tempat untuk beraktifitas yang dilihat dari berbagai variabel baik fisik maupun non-fisik (Wheeler, 2004). Mewujudkan kota layak huni menjadi salah satu tujuan utama pemerintah Kota Surabaya. Untuk menyampaikan tujuan tersebut perlu sebuah komunikasi yang dapat dilakukan untuk menyampaikan kebijakan tersebut kepada masyarakat. dalam hal ini pemerintah Kota Surabaya melalui bagian Humas melakukan kegiatan komunikasi untuk dapat mendukung kebijakan pemerintah Kota Surabaya. Lokasi penelitian berada di Kota Surabaya yang merupakan kota terbesar kedua di pulau Jawa. Dengan menggunakan pendekatan Kualitatif dan metode studi kasus, peneliti berusaha mendeskripsikan terkait dengan strategi komunikasi Humas. Kesimpulan dari peneritian ini adlah strategi komunikasi yang dilkukan oleh Humas pemerintah Kota Surabaya dalam upaya mewujudkan Kota Layak Huni ini dengan melakukan perencanaan komunikasi yang di kemukakan oleh Philip Lesly (1972), perencanaan yang terdiri dari 2 komponen yaitu organisasi dan publik. Pada komponen organisasi humas pemerintah kota Surabaya melakukan analisis dan riset sebagai tahap pertama sebelum mulai melakukan kegiatan komunikasi. Kemudian Humas mulai melkaukan perumusan kebijakan berdasarkan data yang diperoleh dari analisi yang dilakukan. Setelah itu humas baru tahap perencanaan pelaksanaan yang artinya mulai dari tenaga yang digunakan, anggraran, hingga fasilitas yang diperoleh, pada tahap akhir yaitu bentuk penyampaian pesan yang berupa one-side issu yang artinya Humas hanya menyampaikan berita positif saja. Dan menggunakan 2 jenis media yaitu media mainstream (Advertorial di Jawa Pos, majalah internal Gapura) dan Media Sosial (Instagram, Facebook, Twitter, dan Website).pada komponen publik merupakan terdiri dari dua tahapan yaitu feedback dan evaluasi. Humas memperoleh feedback melalui komentar di media sosial humas. Sedangkan evaluasi dilakukan humas pada setiap setahun sekali saja tidak setiaap pelaksanaan kegiatan komunikasi.

**Kata Kunci** : Government Public Relations, Strategi Komunikasi, Perencanaan Komunikasi

Abstract

**The Communication Strategy in Government Public Relations of Surabaya City  
To Create Livable City**

Rizka Rahma Amalia (071714853004)

This time many city residents complain about the inconvenience of the city environment where they live. The livable city or The Livable City is a description of a comfortable environment and atmosphere of the city as a place to live and as a place for activities seen from various variables both physical and non-physical (Wheeler, 2004). Realizing livable cities is one of the main objectives of the Surabaya City government. To convey these objectives, a communication can be done to convey the policy to the public. In this case the government of the City of Surabaya through the Public Relations department conducts communication activities to be able to support the policies of the City of Surabaya government. The research location is in the city of Surabaya, which is the second largest city on the island of Java. By adopting both qualitative and a method of case study, researchers trying to described relating to the communications strategy public relations. The conclusion of this research is the communications strategy that use by public relations of Surabaya city government in the pursuit of the city livable do this with planning a communication that in brought up by Philip Lesly (1972), Planning consisting of 2 component that is the organization and the public. On the components public relations organization municipal Surabaya do an analysis and research as the first phase before starting to do communication activities. Then public relations started to do policy formulation based on data from Analysis obtained conducted. After that new public relations the planning stage the implementation of which means starting from the energy used , appropriation, until the facilities that are obtained , in the last that is the form of the delivery of a message in the form of one-side issue which means only a message just positive public relations. And use 2 types of media the mainstream media (advertorial in java post, internal magazine gate) and social media together (instagram, facebook, twitter, and website) components are composed of two phases of the feedback and evaluation. Public relations have feedback through comments in social media of the public relations. While the evaluation is done public relations in each once a year is not every communication activities

**Keywords: government public relation, the communications strategy, planning communication**