Bandung Program Communication Planning Answered By Public Relations Of Bandung City Government In Responding To News Of Limited Face-To-Face Learning In Bandung City During The Pandemic

Perencanaan Komunikasi Program Bandung Menjawab Oleh Humas Pemkot Bandung Dalam Menanggapi Berita Pembelajaran Tatap Muka Terbatas Di Kota Bandung Selama Pandemi

Albar Hendrapriana^{1*}, Itca Istia Wahyuni²

Universitas Telkom, Bandung^{1,2}

albarhendrapriana@student.telkomuniversity.ac.id¹, itcaistia@telkomuniversity.ac.id²

*Corresponding Author

ABSTRACT

This study aims to determine the Communication Planning of the Bandung Answering Program by Public Relations of the Bandung City Government in Responding to News of Limited Face-to-Face Learning in Bandung City During the Pandemic, communication planning is needed in disseminating the Bandung Answering program so that the program can arrive and be known by the people of the city of Bandung. This research use descriptive qualitative approach. This study aims to determine the communication planning program Bandung Answers. The research uses qualitative methods with postpositivism paradigm. Data collection was carried out by conducting structured in-depth interviews with informants as well as observing and documenting. The results of this study indicate that the Bandung Answering program communication planning is appropriate to run the Bandung Answering program. In the fact finding stage, the Bandung City Government Public Relations seek information that is currently developing in the Bandung City community. At the planning stage of Public Relations, the Bandung city government conducts fact finding by conducting media monitoring, and in this planning stage, compiling pointers or grids for clarification in the Bandung Answering Program. At the Communications stage, the Bandung City Government Public Relations selects appropriate sources to be accounted for to clarify PTMT issues in the city of Bandung. In the Public Relations Evaluation Stage, the Bandung City Government carried out media monitoring again after the media reported the results of the Bandung Answering program.

Keywords : *Communication Planning, Bandung Answering Program, News Limited Face-to-face Learning in Bandung City, Bandung City Government Public Relations*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Perencanaan Komunikasi Program Bandung Menjawab Oleh Humas Pemkot Bandung Dalam Menanggapi Berita Pembelajaran Tatap Muka Terbatas di Kota Bandung Selama Pandemi, Perencanaan komunikasi sangat dibutuhkan dalam mensosialisasikan program Bandung Menjawab agar program tersebut bisa sampai dan diketahui oleh masyarakat kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perencanaan komunikasi program Bandung Menjawab. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan paradigma postpositivisme. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam secara terstruktur kepada informan serta melakukan observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan komunikasi program Bandung Menjawab sudah sesuai untuk menjalankan program Bandung Menjawab. Pada tahap penemuan fakta, Humas Pemkot Bandung mencari informasi yang sedang berkembang di masyarakat Kota Bandung. Pada tahap Perencanaan Humas Pemkot Bandung melakukan penemuan fakta dengan cara melakukan media monitoring, dan dalam tahapan perencanaan ini Menyusun pointer pointer atau kisi kisi untuk di klarifikasi dalam Program Bandung Menjawab. Pada tahap Komunikasi Humas Pemkot Bandung memilih narasumber yang sesuai untuk dipertanggungjawabkan untuk mengklarifikasi isu PTMT di kota Bandung. Pada Tahap Evaluasi Humas Pemkot Bandung melakukan media monitoring kembali setelah media memberitakan

hasil dari program Bandung Menjawab.

Kata Kunci : Perencanaan Komunikasi, Program Bandung Menjawab, Berita Pembelajaran Tatap Muka Terbatas di Kota Bandung, Humas Pemkot Bandung

1. Pendahuluan

Teknologi informasi sangatlah penting di kehidupan manusia yang semakin berkembang. Berkembangnya teknologi informasi berdampak bagi kegiatan berorganisasi karena organisasi membutuhkan sebuah wadah sebagai media untuk bertukar pikiran dan menyebarkan informasi secara luas, cepat, dan menyeluruh. Media sebagai salah satu sarana komunikasi dengan kemajuan teknologi informasi saat ini menghadapi perubahan dalam penyampaian informasi dan menghasilkan sebuah komunikasi dua arah. Media massa memiliki fungsi dalam menyiarkan informasi, mempengaruhi, mendidik serta menghibur.

Menurut Aino Ruggiero dan Marito Vos di dalam jurnalnya yang berjudul *Social Media Monitoring for Crisis Communication: Process, Methods, and Trends in the Scientific Literature* mengatakan, *“Media Monitoring is described in the literature as a process that includes several steps: preparation, data collection, data analysis, and reporting. The methodological issues discussed in the literature highlight the numerous challenges that remain to be addressed. Knowledge linking the outcomes of monitoring activities to communication strategy formulation is lacking, indicating a gap that needs to be filled in future research”* (Ruggiero & Vos, 2020).

Ada banyak informasi yang dapat tersebar melalui media massa. Media massa digunakan juga sebagai wadah dalam memberikan informasi, informasi yang terdapat di dalam media massa adalah informasi seputar pendidikan dari pemerintah atau instansi pendidikan kepada publik/masyarakat. Pemerintah menjadikan media massa sebagai alat untuk memberikan informasi seputar kabar atau kebijakan dalam pendidikan. Seperti ketetapan dalam penetapan sekolah tatap muka atau PTM yang kini sedang di berlakukan sejak tanggal 08 September 2021 di Bandung dan diberlakukan oleh dinas pendidikan dengan meliputi pola – pola prokol kesehatan pada masa pandemi Covid-19. Pola yang dimaksud seperti yang di utarakan oleh Emma Sumarna SEKDA Kota Bandung merangkap sebagai Ketua Gugus Tugas Penanganan Covid–19 Kota Bandung di berita harian Kompas, Ia mengatakan *“Sesuai dengan ketetapan Perwal yang ada, karena masih dalam uji coba dan terdapat unsur yang namanya terbatas, maka di dalam pelaksanaannya diberlak ukan kapasitas maksimum 50 persen di setiap ruangan kelas dengan pola pengaturan waktu yang jelas. Pola tersebut sesuai dengan buku pedoman yang dikeluarkan dan di tanda tangani oleh Sekertaris daerah atau selaku Ketua Harian Penanganan Pandemi Covid – 19 di Kota Bandung”*, ucapnya.

Informasi yang menyimpang di masyarakat kini semakin marak, banyak informasi yang terkadang sulit didapatkan oleh wartawan atau masyarakat secara akurat sehingga media sulit untuk membenarkan informasi yang tersebar di kalangan masyarakat. Dengan hal tersebut, Pemerintah Kota Bandung melalui bidang Humas Kota Bandung melakukan *Media Monitoring*. Hasil dari *Media Monitoring* tersebut Humas Kota Bandung memberikan pembenaran seputar isu yang beredar melalui program Bandung Menjawab dan memberikan informasi kepada masyarakat atau wartawan yang selama ini kurang jelas.

Berdasarkan pemaparan diatas, penulis tertarik untuk meneliti tentang *“analisis kegiatan Media Monitoring humas pemkot bandung dalam menanggapi berita pembelajaran tatap muka terbatas di kota bandung selama pandemi melalui program bandung menjawab”* dengan meneliti kegiatan apa yang di lakukan oleh Humas Pemerintah Kota Bandung dalam melakukan *Media Monitoring* sebagai upaya untuk membenarkan informasi yang sedang berkembang dan tersebar di masyarakat Kota Bandung, kegiatan ini dianggap penting untuk menilai keberhasilan dari kegiatan dan fungsi yang diterapkan oleh Humas Pemerintah Kota

Bandung. Hasil dari *Media Monitoring* tersebut kemudian dibahas dalam Program Bandung Menjawab

Pembelajaran Tatap Muka Terbatas kini menjadi isu paling tinggi yang beredar di kalangan masyarakat. Masyarakat khawatir dengan adanya pemberlakuan Sekolah Tatap Muka Terbatas ini akan mengancam keselamatan pengajar dan pelajar dari terpapar virus Covid – 19. Berdasarkan hasil dari data yang di dapat dari aplikasi Binokular isu pembelajaran Tatap Muka Terbatas ini menjadi isu teratas yang menjadi pembahasan untuk kemudian diberikan pembenaran atau dibicarakan di dalam Program Bandung Menjawab.

2. Tinjauan Pustaka

Komunikasi

Komunikasi menurut terminologisnya merupakan sebuah kegiatan atau proses dari pernyataan dari suatu individu kepada individu tau kelompok individu yang lain. Komunikasi adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh manusia dalam kesehariannya. Peran komunikasi sangat penting di dalam kehidupan manusia. Komunikasi merupakan sebuah kemampuan tiap manusia untuk saling memahami atau memaknai sebuah konteks dalam berkomunikasi dengan orang lain, sehingga menghasilkan sebuah pemahaman dari sebuah pesan dan informasi yang disampaikan. Seperti yang terdapat pada Kamus Besar Bahasa Indonesia mengatakan komunikasi merupakan sebuah proses pengiriman dan penerimaan suatu pesan, berita, atau informasi antara dua orang ataupun kelompok orang dengan metode yang tepat sehingga dapat isi pesan di dalam proses komunikasi tersebut dapat tersampaikan (Oktavia, 2016).

Di dalam buku *On Human Communication* (1957) Colin Cherry mengatakan, “Komunikasi merupakan sebuah proses, dimana terdapat beberapa pihak yang saling menggunakan informasi dan memiliki tujuan untuk menghasilkan sebuah pengertian bersama dan menghasilkan sebuah hasil yang baik dari sebuah masalah dan menghasilkan pemahaman yang penting bagi beberapa pihak yang bersangkutan. Hubungan antara proses tersebut disebut juga dengan komunikasi” (Yudi Abdullah & Yetty Oktarina, 2017)

Komunikasi Pemerintahan

Komunikasi pemerintahan merupakan penyampaian informasi, ide dan pernyataan dari pemerintah kepada masyarakat untuk mencapai tujuan negara, pemerintah merupakan komunikator, namun dalam suasana tertentu bisa menjadi sebaliknya, masyarakat sebagai penyampai ide atau gagasan sedangkan pemerintah mencermati apa yang di inginkan masyarakat. Pemerintah memiliki kewenangan untuk mempertimbangkan dan merespon keinginan sesuai aturan dan ketentuan yang berlaku. Pemerintah sebagai komunikator harus mampu mengkomunikasikan segala sesuatu kepada masyarakat yang berisi informasi pemerintahan. (Sedarmayanti, 2018)

Konsep Mengenai Model Perencanaan Komunikasi

Perencanaan Komunikasi adalah suatu proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai suatu tujuan organisasi. Sumber daya tidak hanya mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tetapi segala aktivitas yang dibuat untuk mengubah suatu perilaku dan menciptakan keterampilan tertentu diantara individu dan kelompok (Cangara Hafied, 2014).

Seorang Humas atau *Public Relations* dalam melakukan kegiatan harus dapat menyusun sebuah perencanaan komunikasi yang efektif dan efisien. Menurut Cutllip, Center dan Broom dalam (Cangara Hafied, 2014)ada empat tahapan atau proses pokok yang harus dilaksanakan demi mencapai sebuah perencanaan yang efektif, antara lain:

- a. Penemuan fakta (*Fact Finding*)
Tahap pertama ini yaitu mengkaji dan memantau pengetahuan, opini, sikap, dan perilaku yang berkaitan dengan tindakan dan kebijakan suatu organisasi. Setelah mengetahui itu dilakukan tahapan evaluasi fakta dan informasi yang masuk untuk mendapatkan keputusan berikutnya. Tahapan ini ditetapkan suatu fakta dan informasi yang berkaitan dengan kepentingan organisasi. Tahapan ini menentukan “Apa yang sedang terjadi sekarang?”
- b. Perencanaan (*Planning*)
Praktisi *Public Relations* harus membuat sebuah perencanaan yang efektif untuk mendukung kesuksesan seorang *Public Relations*. Tahap ini merupakan tahap perencanaan dari hasil pengumpulan data yang ada dan membuat sebuah rancangan strategi komunikasi yang efektif dalam upaya menyelesaikan masalah yang ada. Dalam tahapan ini” Apa yang harus dilakukan?”
- c. Komunikasi (*Communicating*)
Dalam tahapan ini mengimplementasikan program dari Tindakan dan komunikasi yang telah disepakati untuk mencapai tujuan spesifik bagi seorang humas untuk mencapai sasaran program. Tahap ini memberikan informasi yang berisi Langkah yang akan di jelaskan untuk menghasilkan kesan-kesan, yang secara efektif dapat mempengaruhi. “siapa yang akan melakukan dan memberitahukan program ini, serta kapan, bagaimana dan dimana?”
- d. Evaluasi
Evaluation adalah proses evaluasi tahap ini merupakan tahap terakhir sebagai hasil dari program yang dikomunikasikan oleh seorang komunikator kepada publik. Evaluasi ini merupakan tahap yang berfungsi untuk melihat apakah suatu tujuan yang menjadi sebuah target sudah tersampaikan dan menghasilkan hasil yang baik atau tidak bagi public.(Cangara Hafied, 2014).

Hub Masyarakat dengan pemerintah

Humas Pemerintahan adalah humas yang menangani pemerintahan dan urusan publik, bahwa humaspemerintah memiliki fungsi manajemen yang dimana membantu organisasi di lingkungannya untuk menanggapi warga dengan berbagai cara, Humas pemerintah harus dapat menerima segala bentuk kritikan dan masukan dari publiknya (Suprawoto, 2018).

Fungsi dan Tugas Hubungan Masyarakat Pemerintahan

Humas Pemerintah memiliki fungsi dan tugas untuk mengimplentasikan berbagai tujuan yang dilakukan. Karena perlu adanya ruang lingkup yang nyata untuk membangun humas pemerintahan itu sendiri. Menurut Rachmadi dalam (Suprawoto, 2018:60) humas pemerintah memiliki tugas sebagai berikut.

1. Mampu menyelenggarakan dan bertanggung jawab terhadap publik.
2. Memonitor, merekam, serta mengevaluasi tanggapan dari masyarakat.
3. Mampu mempelajari dan melakukan analisis terhadap reaksi public.
4. Menjalin hubungan yang baik dengan masyaakat dan media massa guna memperoleh *public favour*, *public opinion*, serta perubahan sikap

Adapun fungsi humas pemerintah secara umu dapat dijelaskan dalam dua hal sebagai berikut (Suprawoto, 2018)

- a. *Information Release* humas pemerintah harus dapat mengkomunikasikan setiap tindakan, program kerja, dan kebijakan kepada masyarakat sehingga mampu dipahami. Pemerintah

harus bersifat terbuka atau transparansi kepada masyarakat, guna menjalin hubungan baik antar Lembaga dan masyarakat sendiri.

- b. *Information seeking* Humas pemerintah harus mampu menjadi pendengar dan penglihat yang baik. Humas pemerintah harus mampu mendengarkan masukan maupun kritikan dari masyarakat guna mempertimbangkan segala kebijakan yang dibuat, sehingga setiap kebijakan yang diambil tidak menimbulkan resistensi dari masyarakat

Media Monitoring

Media Monitoring adalah salah satu upaya yang dilakukan oleh seorang humas atau *public relation* untuk menganalisis atau mengevaluasi hasil dari publisitas yang tersebar di berbagai media massa. *Media Monitoring* sebagai radar yang harus dilakukan oleh seorang humas demi mendapatkan sebuah hasil yang disebut juga dengan *feedback* dari audiens sebagai hasil dari informasi yang disampaikan.

Menurut (Cutlip, Center, dan Broom, 2009), *Media monitoring* disebut juga sebagai content analysis dan dalam prosedur penerapannya dilakukan secara sistematis demi menentukan sebuah hasil yang objektif mengenai hal yang diberitakan oleh media (Doannata et al., 2020).

3. Metode Penelitian

Media Monitoring adalah salah satu upaya yang dilakukan oleh seorang humas atau *public relation* untuk menganalisis atau mengevaluasi hasil dari publisitas yang tersebar di berbagai media massa. *Media Monitoring* sebagai radar yang harus dilakukan oleh seorang humas demi mendapatkan sebuah hasil yang disebut juga dengan *feedback* dari audiens sebagai hasil dari informasi yang disampaikan.

Menurut (Cutlip, Center, dan Broom, 2009), *Media monitoring* disebut juga sebagai content analysis dan dalam prosedur penerapannya dilakukan secara sistematis demi menentukan sebuah hasil yang objektif mengenai hal yang diberitakan oleh media (Doannata et al., 2020).

Pada penelitian ini menjelaskan jika meneliti suatu kasus pada waktu dan tempat tertentu. Dengan mengumpulkan bahan yang banyak untuk mendukung penelitian, dan mencari informasi yang banyak untuk mendapatkan gambaran kasus yang detail. Kasus yang digunakan biasanya terikat oleh waktu dan tempat. Dengan mengumpulkan informasi yang luas serta banyak dalam pengumpulan data. Disamping itu juga, menggunakan banyak waktu untuk menjelaskan secara konteks atau setting kasusnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yakni studi kasus. karena pada penelitian ini berusaha untuk mendapatkan suatu data yang mendalam tentang suatu kasus ditempat dan waktu tertentu, guna mampu bisa mendeskripsikan secara rinci kondisi pada subjek dan latar penelitian yang dilakukan

4. Hasil Dan Pembahasan

Pada sub bab ini, peneliti akan membahas lebih lanjut mengenai temuan yang didapatkan melalui hasil wawancara mendalam dengan para informan. Peneliti akan membahas hasil wawancara yang akan dikaitkan dengan teori-teori pada bab sebelumnya. Didalam sub bab ini peneliti melakukan tinjauan melalui kerangka berfikir untuk mengetahui hal-hal yang sesuai maupun tidak sesuai dengan teori yang sudah ada. Perencanaan Komunikasi Program Bandung Menjawab Oleh Humas Pemkot Bandung Dalam Menanggapi Berita Pembelajaran Tatap Muka Terbatas di Kota Bandung Selama Pandemi, Penemuan fakta (*Fact Finding*), Perencanaan (*Planning*), Komunikasi (*Communicating*), Evaluasi yang terbentuk dapat dikelola dan berguna bagi masyarakat.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengatakan komunikasi merupakan sebuah proses pengiriman dan penerimaan suatu pesan, berita, atau informasi antara dua orang ataupun kelompok orang dengan metode yang tepat sehingga dapat isi pesan di dalam proses komunikasi tersebut dapat tersampaikan (Oktavia, 2016).

Komunikasi pemerintahan merupakan penyampaian informasi, ide dan pernyataan dari pemerintah kepada masyarakat untuk mencapai tujuan negara, pemerintah merupakan komunikator, namun dalam suasana tertentu bisa menjadi sebaliknya, masyarakat sebagai penyampai ide atau gagasan sedangkan pemerintah mencermati apa yang di inginkan masyarakat. Pemerintah memiliki kewenangan untuk mempertimbangkan dan merespon keinginan sesuai aturan dan ketentuan yang berlaku. Pemerintah sebagai komunikator harus mampu mengkomunikasikan segala sesuatu kepada masyarakat yang berisi informasi pemerintahan. (Sedarmayanti, 2018)

Menurut Cutlip, Center dan Broom (dalam Cangara Hafied, 2014) pada empat tahapan atau proses pokok yang harus dilaksanakan demi mencapai sebuah perencanaan yang efektif, antara lain:

1. Penemuan fakta (*Fact Finding*)

Penemuan fakta Adalah mencari dan mengumpulkan fakta-fakta data sebelum melakukan kegiatan atau tindakan. Fact Finding bertujuan untuk mengetahui permasalahan dan mengumpulkan informasi data. Pada tahap ini Public Relations perlu melibatkan diri dalam penelitian dan pengumpulan fakta, selain itu Public Relations perlu memenatai dan membaca terus opini, sikap, dan perilaku mereka yang berkepentingan dan terpengaruh oleh sikap dan tindakan organisasi.

Tahap pertama ini yaitu mengkaji dan memantau pengetahuan, opini, sikap, dan perilaku yang berkaitan dengan tindakan dan kebijakan suatu organisasi. Setelah mengetahui itu dilakukan tahapan evaluasi fakta dan informasi yang masuk untuk mendapatkan keputusan berikutnya. Tahapan ini ditetapkan suatu fakta dan informasi yang berkaitan dengan kepentingan organisasi. Tahapan ini menentukan "Apa yang sedang terjadi sekarang?" Menurut (Hartono, 2013) Dari hasil analisis pemberitaan tersebut harus dapat: Menggambarkan kondisi permasalahan yang sedang terjadi sehingga dapat membentuk perusahaan dalam memahami masalah yang dihadapi.

Berdasarkan temuan penelitian yang dipaparkan pada Bab III terkait dengan kegiatan mencari dan mengumpulkan fakta-fakta data (Fact Finding), Humas Kota Bandung selalu melakukan penelitian berdasarkan keluhan atau masukan masyarakat bahwa bagaimana respon masyarakat dengan program bandung menjawab seperti Social Media yang terdiri dari Twitter, Facebook, youtube dan web Site. Humas kota bandung mengatakan hal yang sama bawa selama ini Humas kota bandung sudah ada media Web Site dapat lebih mudah mengakses layanan melalui Smartphone atau Gadget. Tujuan diciptakan program bandung menjab ini memberikan semacam kemudahan pilihannya untuk mendapatkan pelayanan mengenai informasi yang valid tentang isu isu yang membuat masyarakat kurang nyaman kusus nya pada isu PTMT yang berkembang negatif di alangan masyarakat.

kemudahan-kemudahan meng akses yang dapat dijangkau melalui program bandung menjawab ini ialah :

1. informasi yang di sajikan dapat di peranggung jawabkan
2. berita berisi tentang informasi PTMT dari sumber yang kredibel
3. sumber informasi dari dinas atau lembaga yang terkait

Dengan adanya program bandung menjawab ini Humas kota bandung memberikan pilihan informasi terbaru dan dapat di pahami oleh masyarakat luas. Prograng bandung menjawab ini juga dapat membantu masyarakat dalam mencari tahu informasi dari sumber

informasi nya secara langsung. hanya dengan menggunakan Smartphone atau Gadget di Era jaman modern ini yang semuanya serba Teknologi.

Kegiatan Penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebenarnya masukan dari masyarakat merupakan masukan berharga bagi pemerintah kota Bandung dalam menyikapi isu-isu yang berkembang di masyarakat luas dalam mendapatkan informasi mengenai keluhan, saran untuk selanjutnya diwujudkan dalam bentuk sebuah program Bandung menjawab. Dan penelitian yang dilakukan oleh masyarakat khususnya masyarakat Bandung.

Pada kegiatan mencari dan mengumpulkan fakta-fakta data yang dilakukan oleh Humas Kota Bandung ini memang secara langsung bersentuhan dengan masyarakat seperti jauh lebih mendengarkan keinginan dan harapan masyarakat untuk kedepannya dalam pelayanan yang diberikan oleh humas kota Bandung sehingga masyarakat dapat merasa ikut terlibat didalamnya baik berupa kritik, saran yang membangun *good government* menjadi jauh lebih baik sehingga masyarakat semakin nyaman dalam pemberitaan yang ada.

Dari semua informan telah dilakukan wawancara dengan peneliti dan dari keseluruhan menjawab pertanyaan dan disimpulkan oleh peneliti yaitu melakukan atau mendengarkan apa masalah atau isu yang berkembang di masyarakat sehingga humas kota Bandung melakukan antisipasi tentang beredar nya isu-isu negatif tentang PTMT sehingga dapat membuat bingung dan resah kepada masyarakat.

Perencanaan (*Planning*)

Praktisi *Public Relations* harus membuat sebuah perencanaan yang efektif untuk mendukung kesuksesan seorang *Public Relations*. Tahap ini merupakan tahap perencanaan dari hasil pengumpulan data yang ada dan membuat sebuah rancangan strategi komunikasi yang efektif dalam upaya menyelesaikan masalah yang ada. Dalam tahapan ini” Apa yang harus dilakukan?”

Menurut Robin Mehall, perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen tertulis yang menggambarkan tentang apa yang harus dilakukan yang berhubungan dengan komunikasi dalam pencapaian tujuan, dengan cara apa yang dapat dilakukan sehingga tujuan tersebut dapat dicapai, dan kepada siapa program komunikasi itu ditujukan, dengan peralatan dan dalam jangka waktu berapa lama hal itu bisa dicapai, dan bagaimana cara mengukur (evaluasi) hasil-hasil yang diperoleh dari program tersebut. (Hafied Cangara, 2014).

Ada banyak model yang digunakan dalam studi perencanaan komunikasi, mulai dari model yang sederhana sampai kepada model yang rumit. Namun perlu diketahui bahwa penggunaan model dan tahapan (langkah-langkah) pelaksanaannya tergantung pada sifat atau jenis pekerjaan yang dilakukan. (Hafied Cangara, 201)

UNESCO membuat langkah-langkah yang dapat dilakukan dalam perencanaan komunikasi, yakni .(Cangara, 2014:71)

1. Mengumpulkan data tentang status sumber daya komunikasi, apakah itu dioperasikan oleh pemerintah, swasta, atau kombinasi antara pemerintah dan swasta.
2. Melakukan analisis tentang struktur dan sumber daya komunikasi yang ada, berapa banyak surat kabar, stasiun televisi dan radio, serta media-media apa saja yang ada dalam masyarakat.
3. Melakukan analisis kritis terhadap apa yang dibutuhkan masyarakat terhadap komunikasi, jenis informasi apa yang dibutuhkan, apakah hiburan, pendapat (opini), atau berita.
4. Melakukan analisis terhadap komponen-komponen komunikasi mulai dari sumber, pesan, saluran atau media, penerima, dan umpan balik dari masyarakat.
5. Melakukan analisis terhadap pengembangan komunikasi, apakah media mengalami kemajuan dalam hal jumlah tiras (oplah), sebaran, atau peringkat dalam tayangan.

6. Menetapkan tujuan sasaran yang ingin dicapai sesuai dengan kebijaksanaan komunikasi yang ada.

Tahapan perencanaan komunikasi yang dibuat oleh UNESCO di atas tentu saja tidak mengikat, tergantung dari kondisi dan keadaan program yang akan dilaksanakan. Untuk melaksanakan program-program komunikasi, dibawah ini dikemukakan salah satu langkah-langkah perencanaan komunikasi. (Cangara, 2014:71).

Dari pemaparan teori diatas di perkuat dengan pertanyaan terhadap informan yang peneliti lakukan terhadap informan kunci 1 dan informan kunci 2, informan ahli dan informan pebantu berikut pemaparan yang telah di simpulkan oleh peneliti. Hampir semua menyatakan bahwa pentingnya media monitoring dan informasi yang harus di beri klarifikasi secara langsung oleh pihak atau kadis yang telah mengeluarkan kebijakan, sehingga masyarakat aka lebih jelas dan faham tentang isu PTMT.

Komunikasi (*Communicating*)

Dalam tahapan ini mengimplementasikan program dari Tindakan dan komunikasi yang telah disepakati untuk mencapai tujuan spesifik bagi seorang humas untuk mencapai sasaran program. Tahap ini memberikan informasi yang berisi Langkah yang akan di jelaskan untuk menghasilkan kesan-kesan, yang secara efektif dapat mempengaruhi. "siapa yang akan melakukan dan memberitahukan program ini, serta kapan, bagaimana dan dimana?" .

Komunikasi merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia untuk melakukan pertukaran informasi karena manusia merupakan makhluk sosial, manusia membutuhkan interaksi satu sama lain dengan menggunakan komunikasi.

Komunikasi akan selalu terikat dengan kegiatan mengirim pesan dan menerima pesan baik itu komunikasi yang dilakukan secara individu, antar sesama, kelompok atau organisasi sebuah komunikasi akan selalu dibutuhkan terutama dalam komunikasi yang melibatkan banyak individu untuk memberikan pemaknaan pesan yang sama dan tidak terjadi kesalahan persepsi.

Komunikasi selalu menjadi akar pemikiran sebuah gagasan, suatu makna, dan suatu pesan yang akan dimaknai bersama oleh setiap individu. Komunikasi memiliki berbagai macam definisi yang dapat dilihat dari perspektif yang berbeda dan definisi komunikasi tidak ada definisi yang benar ataupun salah namun definisi komunikasi terkadang menjadi terlalu luas atau terlalu sempit untuk menjelaskan komunikasi itu seperti apa (Mulyana, 2013).

Komunikasi merupakan pengiriman pesan antara dua orang atau lebih untuk mendapatkan pesan serta makna yang sama, komunikasi akan selalu melibatkan manusia sebagai perantara dan pesan yang digunakan sebagai isi pemikiran dari manusia

1. Model komunikasi Lasswell (Sumber: Mulyana 2013) informasi untuk menyampaikan tujuan yang ingin disampaikan. Komunikasi sebagai proses searah tidak terlalu berpengaruh pada komunikasi tatap muka namun komunikasi sebagai proses searah akan sangat berpengaruh pada komunikasi publik yang tidak melibatkan tanya jawab, namun ada beberapa radio dan televisi juga terdapat dua arah secara interaktif. Komunikasi satu arah ini berorientasi pada semua kegiatan yang dilakukan seseorang untuk menyampaikan pesan dalam rangka membangkitkan respons orang lain, komunikasi dalam tindakan satu arah dianggap sebagai tindakan yang disengaja untuk menyampaikan memenuhi kebutuhan komunikator dengan menjelaskan sesuatu kepada orang dan memberikan hasil sebuah tindakan. Pada komunikasi satu arah fokus pada penyampaian pesan yang efektif serta komunikasi yang dilakukan bersifat instrumental dan persuasif.
2. Komunikasi sebagai interaksi

Interaksi sering diartikan sebagai kegiatan saling mempengaruhi baik untuk individu atau kelompok (Mulyana, 2013). Pada pandangan komunikasi interaksi selalu melibatkan sebab-

akibat dengan arah yang selalu bergantian, bisa diartikan sebagai seorang individu memberikan sebuah pesan verbal atau nonverbal dan penerima akan memberikan balasan pesan dengan menggunakan hal yang sama. Pada pandangan komunikasi sebagai sebuah interaksi memiliki pemikiran lebih luas dan maju dibandingkan dengan pandangan komunikasi pertama yang menyatakan bahwa komunikasi sebagai kegiatan satu arah. Komunikasi interaksi memberikan kesan dinamis di mata khalayak namun pada nyatanya komunikasi interaksi masih mengkategorikan individu yang melakukan komunikasi dengan pengirim dan penerima pesan.

Komunikasi interaksi memiliki unsur yang didapatkan yaitu memiliki umpan balik oleh penerima pesan terhadap isi pesan dari pengirim pesan, sebuah pesan yang disampaikan secara baik akan memberikan pemahaman yang jelas terhadap penerima pesan namun tidak semua respon yang diberikan oleh penerima pesan termasuk dalam umpan balik, tindakan yang dapat dinyatakan sebagai umpan balik yaitu jika mendapatkan tindakan terhadap pesan yang diterima oleh penerima pesan dan melakukan tindakan lebih lanjut.

3. Komunikasi sebagai transaksi

Pada komunikasi sebagai transaksi, komunikasi dinyatakan sebagai proses yang bersifat personal karena pemaknaan serta pemahaman yang dimiliki oleh setiap individu pada dasarnya merupakan pemikiran dari setiap individu. Komunikasi sebagai transaksi bersifat intersubjektif atau komunikasi penuh manusia yang memiliki pengertian bahwa jika seorang individu sedang berkomunikasi lalu penerima menafsirkan sebuah pesan dengan perilaku verbal dan nonverbal maka persepsi pengirim pesan akan terpengaruh oleh pesan yang dikirimkan.

Komunikasi transaksi digunakan untuk komunikasi secara tatap muka atau langsung karena penyampaian pesan verbal dan nonverbal dapat diketahui secara langsung oleh kedua pihak baik itu pengirim pesan dan penerima pesan. Pada dasarnya komunikasi sebagai transaksi ini bersifat secara spontan karena dengan pesan yang diberikan seperti mengganggu, menggeleng, tersenyum, tertawa akan dilakukan secara spontan oleh pihak yang sedang berkomunikasi sehingga lebih banyaknya orang yang berkomunikasi maka transaksi komunikasi akan lebih rumit. Konsep komunikasi sebagai transaksi memiliki kelebihan kepada khalayak yaitu tidak memberikan batasan pada komunikasi yang dilakukan secara sengaja atau respon yang diberikan.

Dari pemaparan teori diatas di perkuat dengan pertanyaan terhadap informan yang peneliti lakukan terhadap informan kunci 1 dan informan kunci 2, informan ahli dan informan pebantu berikut pemaparan yang telah di simpulkan oleh peneliti. Hampir semua menyatakan bahwa Memberikan pemahaman/ klarifikasi dari disdik kepada pihak sekolah, pihak sekolah akan menyebarkan informasi terkait PTNT sehingga masyarakat percaya tentang informasi yang di keluarkan program bandung menjawab tentang isu PTMT

Evaluasi

Evaluation adalah proses evaluasi tahap ini merupakan tahap terakhir sebagai hasil dari program yang dikomunikasikan oleh seorang komunikator kepada publik. Evaluasi ini merupakan tahap yang berfungsi untuk melihat apakah suatu tujuan yang menjadi sebuah target sudah tersampaikan dan menghasilkan hasil yang baik atau tidak bagi public.(Cangara Hafied, 2014)

Evaluasi sangat dibutuhkan dalam berbagai kegiatan kehidupan manusia sehari-hari, karena disadari atau tidak, sebenarnya evaluasi sudah sering dilakukan, baik untuk diri sendiri maupun kegiatan sosial lainnya. Hal ini dapat dilihat mylai dari berpakaian, setelah berpakaian ia berdiri dihadapan kaca apakah penampilannya wajar atau belum.

Dalam ekonomi Islam evaluasi merupakan salah satu komponen dari sistem yang harus dilakukan secara sistematis dan terencana sebagai alat untuk mengukur keberhasilan atau target yang akan dicapai dalam proses pendidikan Islam dan proses pembelajaran. (Ramayulis, 2010) Dengan demikian evaluasi bukan sekedar menilai suatu aktivitas secara spontan dan incidental, melainkan merupakan kegiatan untuk menilai sesuatu secara terencana, sistematis, dan berdasarkan atas tujuan yang jelas. (Ramayulis, 2010)

Dengan mendasarkan pada pengertian di atas, maka dapat dikemukakan bahwa evaluasi adalah suatu proses menentukan nilai seseorang dengan menggunakan patokan-patokan tertentu untuk mencapai tujuan. Sementara itu, evaluasi proses produksi adalah suatu proses menentukan nilai proses produksi dengan menggunakan patokan-patokan tertentu agar mencapai tujuan pengajaran yang telah ditentukan sebelumnya. (Siregar dan nara, 2011)

Dari pemaparan teori diatas di perkuat dengan pertanyaan terhadap informan yang peneliti lakukan terhadap informan kunci 1 dan informan kunci 2, informan ahli dan informan pebantu berikut pemaparan yang telah di simpulkan oleh peneliti. Hampir semua menyatakan bahwa idealnya itu memang kita perlu mengadakan survey kelapangan untuk mengetahui apakah program ini tuh benar benar tersampaikan, melakukan survey kelapangan untuk mengevaluasi agar program ini ataupun hasilnya ini lebih maksimal lagi sehingga masyarakat percaya tentang informasi yang di keluarkan program bandung menjawab tentang isu PTMT

4. penutup kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan menghasilkan kesimpulan perencanaan komunikasi Humas kota bandung dilaksanakan melalui beberapa indikator perencanaan komunikasi antara lain penemuan fakta, perencanaan, komunikasi, dan evaluasi. Penemuan fakta yang dilakukan Humas kota bandung yaitu kurang sosialisasi kepada masyarakat kota bandung tentang program bandung menjawab, pemerintah kota bandung di bagian humas harus terjun langsung kelapangan dan memberikan penjelasan karena masih banyak masyarakat tidak menggunakan hp smart phone fakta ini dilakukan berdasarkan wawancara terhadap informan kunci 1 , informan kunci 2, informan ahli, dan enforman pembantu 1, informan pembantu 2 dan informan pembantu 3. Selanjutnya perencanaan, perencanaan yang dilakukan Humas kota bandung, yaitu melakukan media monitoring isu isu PTMT yang sedang berkembang dimasyarakat dan membuat pointer pointer yang akan diklarifikasi dalam program Bandung Menjawab. Kemudian yang menjadi target atau sasaran program bandung menjawab dari perencanaan yang dilakukan oleh humas kota bandung adalah masyarakat Kota Bandung tentang isu isu PTMT sehingga masyarakat memahami dan lebih jelas terkait pemberitaan PTMT.

Kemudian komunikasi, komunikasi yang dilakukan humas kota bandung yaitu komunikasi secara langsung yang dilakukan dengan langsung turun ke lapangan, memberikan suatu kegiatan klarifikasi secara langsung dari narasumber yang berkompeten mengeluarkan kebijakan tentang PTMT, Komunikasi yang dilakukan didukung menggunakan media dengan seperti live di Instagram dan langsung jumpa press. Evaluasi dalam perencanaan komunikasi Humas humas kota bandung dapat disimpulkan bahwa evaluasi tersebut dilakukan setelah dilakukan bandung menjawab dengan cara media monitoring kembali. Tujuan evaluasi ini untuk mengetahui kekurangan dalam Program Bandung Menjawab Oleh Humas Pemkot Bandung Dalam Menanggapi Berita Pembelajaran Tatap Muka Terbatas di Kota Bandung Selama Pandemi dan ditindak lanjuti pada masa mendatang. Hasil Penelitian ini telah sesuai

dengan teori yang penulis gunakan pada penelitian ini yaitu Model Perencanaan Komunikasi Cutlip dan Center.

Daftar Pustaka

- Amani, Z. (2021). Strategi Humas Pemerintah Kota Bandung Dalam Meningkatkan Jumlah Viewers Youtube "Halo Bandung." 7, 6.
- Angelica Christin Tanusaputra. (2021). *Aktivitas Media Monitoring Opini Publik PT Pos Indonesia (Persero)*. 18–19.
- Cangara Hafied. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (2nd ed.).
- Doannata, I. A., Istiwahyuni, I., Komunikasi, I., & Telkom, U. (2020). Strategi Media Monitoring Bank Indonesia Sebagai Tindakan Preventif Penyebaran Uang Palsu. 7(1), 1962–1972.
- Elvinaro, A. (n.d.). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama Media.
- Gunawan, A. I., & Anisa, R. (2020). Kegiatan Media Monitoring Humas Pemerintah Kota Cimahi. *Ekspresi Dan Persepsi: JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 3(2), 122. <https://doi.org/10.33822/jep.v3i2.1758>
- Hartono, B. (2013). *Sistem Informasi Media Monitoring Manajemen Berbasis Komputer*. 21.
- Iswandi, S. (2019). *Media Relations* (1st ed.).
- Muslih, M. (2016). *Filsafat Ilmu Kajian Atas Asumsi Dasar, Paradigma Dan Kerangka Teori Ilmu Pengetahuan*. LESFI. <http://repo.unida.gontor.ac.id/21/1/21>. Buku Filsafat Ilmu.pdf
- Oktavia, F. (2016). Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Borneo Sejahtera Dengan Masyarakat Desa Long Lunuk. *Ilmu Komunikasi*, 4(1), 239–253.
- Ruggiero, A., & Vos, M. (2020). Social Media Monitoring for Crisis Communication: Process, Methods and Trends in the Scientific Literature. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 4(1), 105–130. <https://doi.org/10.29333/ojcm/2457>
- Ruliana, P., & Lestari, P. (2019). *Teori Komunikasi*.
- Sari, A. . (2017). *Strategi Komunikasi Public Relations*. 8(02), 68.
- Satori & Komariah. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sedarmayanti. (2018). *Komunikasi Pemerintahan*. refika.
- Sultan, S. A. (2019). Strategi Humas Mabes Polri Dalam Mensosialisasikan Program Pengelolaan Informasi Dokumentasi Goes To School. *Skripsi*, 1–91.
- Suprawoto. (2018). *Government Public Relations* (N. Gunarjo (ed.)). Prenadamedia Group.
- Yudi Abdullah, & Yetty Oktarina. (2017). Ruang Lingkup Komunikasi. *Komunikasi Dalam Perspektif Teori Dan Praktik*, 38-.