

STRATEGI KOMUNIKASI *PUBLIC RELATIONS*
DEWAN NASIONAL INDONESIA UNTUK
KESEJAHTERAAN SOSIAL DALAM MENINGKATKAN
KESEJAHTERAAN PENYANDANG CACAT
(Periode Januari – Desember 2007)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Komunikasi Jenjang Pendidikan Strata Satu (S1)
Program Studi Public Relations

Disusun oleh :

Nama : Ria Savitri WulanDari
Nim : 04203 - 086
Jurusan : Public Relations

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2008



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Ria Savitri WulanDari
NIM : 04203 - 086
Jurusan : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Public Relations Dewan Nasional Indonesia
Untuk Kesejahteraan Sosial Dalam meningkatkan Kesejahteraan
Penyandang Cacat

Jakarta, Juni 2008

Disetujui dan Diterima Oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

(DR. Andy Corry Wardhani, M. Si)

(Drs. A. Rachman, M, Si)

Mengetahui

Dekan Fikom

Ketua Bidang Studi PR

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

(Marhaeni Fk.,S.Sos,M,Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana pada tanggal 3 Juni 2008 dan dinyatakan
memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana komunikasi

Nama : Ria Savitri WulanDari
NIM : 04203 - 086
Jurusan : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Public Relations Dewan Nasional Indonesia
Untuk Kesejahteraan Sosial Dalam meningkatkan Kesejahteraan
Penyandang Cacat

Jakarta, Juni 2008

Susunan Tim Penguji

1. Ketua Sidang
Drs. Riswandi M.Si
(.....)
2. Penguji Ahli
Dra. Diah Wardhani, M.Si
(.....)
3. Pembimbing I
DR. Andy Corry Wardhani, M. Si
(.....)
4. Pembimbing II
Drs. A. Rachman, M, Si
(.....)



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Public Relations Dewan Nasional Indonesia
Untuk Kesejahteraan Sosial Dalam meningkatkan Kesejahteraan
Penyandang Cacat

Nama : Ria Savitri WulanDari

NIM : 04203 – 086

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Public Relations

Mengetahui

Pembimbing I

Pembimbing II

(DR. Andy Corry Wardhani, M. Si)

(Drs. A. Rachman, M, Si)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN PUBLIC RELATIONS
2008**

ABSTRAKSI

Ria Savitri Wulan Dari (04203-086)
Strategi Komunikasi *Public Relations* Dewan Nasional Indonesia untuk Kesejahteraan Sosial Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Penyandang cacat
86 Halaman + 35 Lampiran

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi public relations Dewan Nasional Indonesia untuk Kesejahteraan Sosial dalam meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat pada periode Januari hingga Desember 2007.

Pentingnya komunikasi tidak dipungkiri oleh suatu organisasi maupun perusahaan. Komunikasi berpengaruh terhadap keberhasilan atau kegagalan atas ide yang disampaikan. Sehingga dengan melalui komunikasi segala kepentingan, keinginan, dan harapan-harapan baik perusahaan / instansi / lembaga dan publicnya baik internal ataupun eksternal dapat diketahui. Pendekatan komunikasi ini memerlukan suatu strategi komunikasi yang tepat bagi khalayak eksternal guna menginformasikan dan mempengaruhi masyarakat.

Pada penelitian ini kerangka pemikiran yang digunakan adalah ; Komunikasi, Peran dan fungsi pokok humas, Strategi komunikasi *public relations*, Media komunikasi, dan penyandang cacat.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan metode studi kasus dan dengan teknik analisa data *triangulasi* yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data tersebut. Dimana teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap Kepala Humas DNIKS yang bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai strategi yang digunakan oleh Humas DNIKS.

Bedasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan dan diolah oleh penulis, dapat diketahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh DNIKS dalam meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat adalah melakukan manajemen strategi yaitu fact finding, planning, communications, dan evaluating. Strategi ini ditujukan kepada pihak eksternal khususnya penyandang cacat.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahiim,

Alhamdulillah, puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan berkah-Nya serta kekuatan yang telah diberikan kepada penulis selama ini, yakni diberikan kemudahan untuk melewati beberapa hambatan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Strategi Komunikasi Public Relations Dewan Nasional Indonesia untuk Kesejahteraan Sosial dalam Meningkatkan Kesejahteraan Penyandang cacat”**.

Skripsi ini dapat terselesaikan oleh penulis, tidak terlepas dari bantuan serta dukungan yang diberikan dari berbagai pihak yang berarti bagi penulis baik moril maupun materil. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. DR. Andy Corry Wardhani, M.Si selaku pembimbing I yang selalu membimbing dan memberikan masukan yang berharga serta semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Drs. A. Rachman, M.Si selaku pembimbing II yang juga telah membantu memberikan masukan dan semangat yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Drs. H. Chaerudin, selaku Humas DNIKS yang telah memberikan banyak pengetahuan yang sebelumnya saya tidak ketahui. Dan juga atas bantuan dan kesediaanya untuk menjadi nara sumber dalam penulisan skripsi ini.
4. Seluruh karyawan Humas DNIKS atas bantuan berupa data dan informasi yang penulis butuhkan selama penulisan skripsi.

5. Reporter Indosiar dan trans TV, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melengkapi data-data yang dibutuhkan.
6. Penyandang cacat yaitu Bambang Susilo, Hanief dan Yulian Arshianto, atas kesediaanya untuk menjadi nara sumber dan melengkapi data-data yang dibutuhkan.
7. Segenap karyawan TU Fikom dan perpustakaan yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.
8. Keluarga besar dan Khususnya kedua orang tuaku, yang telah memberikan support, doa serta kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. *Thank's for all* kepada sahabat-sahabatku Khususnya Early dan Reny yang telah menghantarkan pertemanan dan persahabatan bagi penulis yang tidak bisa terlupakan selama masa perkuliahan.
10. Teman-teman UMB khususnya angkatan 2003, terima kasih!
11. *For my special* Aris atas segala doa dan cintanya yang selalu menemani dalam curahan keluh kesah sehingga membuat penulis menjadi semangat dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan yang ada pada skripsi ini. Hal ini disebabkan adanya keterbatasan kemampuan penulis.

Penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat dan berguna bagi yang membacanya.

Jakarta, Mei 2008

Ria Savitri Wulan Dari

DAFTAR ISI

Halaman Judul

Lembar Persetujuan	i
Abstraksi	ii
Kata Pengantar	iii
DAFTAR ISI	v

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pokok Permasalahan.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Signifikasi Penelitian	12

BAB II KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Komunikasi	13
2.1.1 Tujuan Komunikasi	15
2.2 Public Relations	18
2.2.1 Peran dan Fungsi Pokok Humas	20
2.3 Strategi Komunikasi Public Relations	26
2.4 Media Komunikasi	33
2.5 Kesejahteraan Sosial Para Penyandang Cacat.....	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Tipe Penelitian.....	40
3.2	Metode Penelitian.....	40
3.3	Nara Sumber.....	41
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5	Defenisi Konsep dan Fokus Penelitian.....	43
3.6	Teknik Analisa Data	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Dewan Nasional Indonesia Untuk Kesejahteraan Sosial ...	52
4.1.1	Sejarah Singkat DNIKS	52
4.1.2	Bentuk, Warna, dan Makna Lambang DNIKS	54
4.1.3	Visi, Misi, Tujuan dan Fungsi DNIKS	56
4.1.4	Kegiatan-kegiatan yang telah dan sedang dikerjakan DNIKS .	57
4.1.5	Struktur Organisasi DNIKS.....	59
4.1.6	Struktur Kepegawaian DNIKS	60
4.1.7	Job Descriptions	61
4.2	Hasil Penelitian	64
4.2.1	Strategi Komunikasi PR DNIKS	65
4.2.2	Fact Finding.....	66
4.2.3	Perencanaan	70
4.2.4	Komunikasi	72
4.2.4.1	Khalayak	75

4.2.4.2 Media Komunikasi	75
4.2.5 Evaluasi	77
4.3 Analisa Data	78

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin meningkatnya citra perusahaan diakibatkan dengan adanya hubungan masyarakat atau relations. *Public Relations* atau Humas (Hubungan masyarakat) adalah suatu kegiatan yang bertujuan memperoleh *goodwill*, kepercayaan, saling pengertian, dan citra yang baik dari public / masyarakat dengan tujuan untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu badan / organisasi dengan masyarakat melalui suatu proses komunikasi timbal balik atau dua arah.

Public Relations mencakup berbagai macam hubungan atau relations, yang semuanya bertujuan untuk mencapai hubungan yang harmonis antara badan-badan yang menjalankan hubungan dengan public internal dan public eksternal. Hubungan ini diatur oleh public relations dengan tujuan untuk mencapai *public understanding*, *public confidence*, *public support*, dan *public cooperation*, yaitu pengertian umum, kepercayaan umum, bantuan umum, dan kerja sama umum.¹

Fungsi utama PR adalah untuk mencapai tujuan dan menciptakan citra yang positif bagi perusahaannya (*image maker*), selain itupula memelihara hubungan baik dengan seluruh public baik internal maupun eksternal. Public internal adalah public yang berperan di dalam perusahaan sedangkan public

¹ S.K. Bonar, *Hubungan Masyarakat Modern*, Rineka Cipta, Jakarta, 1993, hal 53.

eksternal adalah mereka yang berkepentingan terhadap perusahaan dan berada di luar perusahaan.

Citra pada dasarnya adalah hasil dari persepsi, citra tidak terbentuk begitu saja, tetapi harus diciptakan, dipertahankan, dan ditingkatkan secara terus menerus, caranya adalah dengan membina hubungan baik dengan publiknya dan pihak-pihak terkait. Sehubungan dengan berbagai macam masalah dan masih terabaikannya mereka dari perhatian dunia maka negara-negara berkembang harus berusaha lebih keras lagi untuk menciptakan suatu citra yang baik, yakni suatu impresi atau kesan yang positif namun sesuai dengan kenyataan yang sesungguhnya. Upaya ini harus dilakukan secara berhati-hati agar tidak dikacaukan dengan kegiatan propaganda yang bersifat negatif.

Tujuan menjaga dan mengembangkan image/citra lembaga yang positif adalah untuk menginformasikan dan mempengaruhi dukungan masyarakat dalam jangka waktu dekat atau lama untuk cabang-cabang pemerintah, departemen, agensi-agensi, atau unit. Namun suatu lembaga / organisasi sudah seharusnya dilengkapi dengan kegiatan hubungan yang baik dengan public internal maupun eksternal. untuk membina hubungan baik dengan public tersebut diperlukan suatu strategi yang baik.

Perencanaan strategi merupakan proses pemilihan tujuan perusahaan, penentuan kebijakan dan program yang perlu untuk mencapai sasaran tertentu dalam rangka mencapai tujuan, dan penetapan mode yang perlu untuk

menjamin agar kebijakan dan program strategis tersebut terlaksana². Maka sangatlah penting peran humas bagi perusahaan/organisasi.

Strategi komunikasi sangat penting untuk membangun citra positif dari perusahaan atau lembaga. Selain itu, strategi komunikasi akan mendorong prinsip-prinsip yang terkandung dalam visi misi organisasi atau perusahaan. Skala prioritas dari sumber daya yang dimiliki organisasi juga dapat diarahkan. Atas dasar itu, suatu komunikasi yang tepat adalah cara berkomunikasi secara efektif dengan masyarakat melalui cara yang tepat. Dengan pendekatan ini manajemen suatu organisasi harus mampu mengubah suatu masalah menjadi peluang.

Arti penting *Public Relations* sebagai sumber informasi terpercaya kian terasa pada era globalisasi dan “Banjir Informasi” seperti saat ini. Defenisi Humas yang telah ditetapkan pada pertemuan asosiasi-asosiasi humas seluruh dunia di *Meksiko City*, Agustus 1978 menyatakan bahwa humas adalah suatu seni sekaligus disiplin ilmu social yang menganalisis berbagai kecenderungan, memprediksikan setiap kemungkinan konsekuensi dari setiap kegiatannya, memberi masukan dan saran-saran kepada para pemimpin organisasi, dan mengimplementasikan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan atau kepentingan khalayaknya. Khalayak yang dimaksud adalah public internal pada organisasi nonprofit yaitu para donator / pemberi dana, dewan direksi, keluarga dari para anggota organisasi, calon karyawan / calon anggota organisasi atau calon sukarelawan. Public

² James A.F.Stoner, *Manajemen Edisi* : Kedua, Jakarta 1992, hal 143

eksternal organisasi nonprofit adalah klien / pengguna layanan organisasi, media massa, calon donator potensial, pemerintah, masyarakat sekitar organisasi, para pembentuk opini (*opinion leaders*), mitra usaha dan pemasok barang/jasa, masyarakat umum.

Dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh sesuatu organisasi atau perusahaan yang dimiliki *Divisi Public Relations* (PR) di dalamnya, maka seorang *Public Relations Officer* (PRO) harus mampu menarik khalayak sasaran dan juga harus mampu menimbulkan sikap dan gambaran (image) yang positif dari publiknya melalui kegiatan tersebut. Hal ini merupakan salah satu fungsi PR. Mengingat kaitannya dengan kegiatan komunikasi dan dalam melakukan fungsinya seorang PRO harus mampu memilih strategi dan media komunikasi yang tepat agar tujuan komunikasi tersebut dapat tercapai.

Pelaksanaan strategi komunikasi akan menyangkut “*common sense*” intuisi akan memegang peranan penting dalam pelaksanaannya. Oleh karena itu, antara realita dan rencana bisa terdapat kesenjangan. Melihat kepada peluang terjadinya kesenjangan maka akhirnya wajar jika strategi komunikasi dapat dimodifikasi. Perubahan eksternal dan internal dapat menyebabkan modifikasi suatu strategi komunikasi tergantung pada perubahan sosial, ekonomi, industri dan politik.³

Komunikasi menurut *Berelson dan Steiner (1964)* adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain. Melalui

³ *Direktorat Hubungan Informasi antar Lembaga Pemerintah Pusat*. Bunga rampai kehumasan, Edisi No. 2 / 2002. Hal 25

penggunaan simbo-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lain-lain.⁴

Tindakan komunikasi dapat dilakukan dalam berbagai macam cara, baik secara verbal (dalam bentuk kata-kata baik lisan maupun tulisan) ataupun non verbal (tidak dalam bentuk kata-kata, misalnya gestura, sikap, tingkah laku, gambar-gambar, dan bentuk-bentuk lainnya yang mengandung arti). Tindakan komunikasi juga dapat dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Berbicara secara tatap muka, berbicara melalui telepon, menulis surat kepada seseorang. Sementara yang termasuk tindakan komunikasi tidak langsung adalah tindakan komunikasi yang dilakukan tidak secara perorangan tetapi melalui medium atau perantara tertentu. Misalnya penyampaian informasi melalui surat kabar, majalah, radio, TV, film, pertunjukan kesenian, dan lain-lain.

Dengan demikian PR suatu organisasi seyogyanya orang yang mumpuni. Syarat menjadi *Public Relations* adalah berpendidikan tinggi, intelijen, terbuka, objektif, dan ramah. Dia juga menguasai teori komunikasi cetak, visual, public maupun antar pribadi. Dia seyogyanya mampu mendidik anak buahnya untuk menjadi petugas-petugas PR yang dapat diandalkan oleh perusahaan, kalau perlu dengan memberikan diklat tentang penulisan pidato, press release, laporan, teknik fotografi, pembuatan film / video (tergantung besarnya organisasi), Menyelenggarakan pameran atau seminar dan melobby.

⁴ Sasa Djuarsa Sendjaja, Ph.D., DKK. *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Universitas Terbuka 2003) hal 1.10

Dewan Nasional Indonesia untuk Kesejahteraan sosial (*The Indonesian National Council On Sosial Welfare*) merupakan wadah organisasi tingkat nasional yang independent dan nonprofit, bergerak dibidang UKS dan pembangunan sosial yang disempurnakan menjadi DNIKS. DNIKS ini bertujuan serta memberdayakan upaya kesejahteraan sosial dan pembangunan sosial. Seperti visinya yaitu mewujudkan masyarakat Indonesia yang maju sejahtera dan berkeadilan. Pelayanan-pelayanan yang telah ditawarkan kepada publik yakni pertukaran informasi, dukungan teknis dan jaringan kerja.⁵

Program kerja Dewan Nasional Indonesia Kesejahteraan Sosial yaitu :

1. Memberikan bahan pertimbangan dan rekomendasi kebijakan kesejahteraan sosial dan pembangunan sosial kepada pihak yang berwenang.
2. Menyelenggarakan komunikasi, konsultasi, kerja sama, dan jaringan kerja di bidang kesejahteraan sosial dan pembangunan sosial dengan pihak-pihak yang terkait ; baik pemerintah maupun non pemerintah, luar maupun dalam negeri.
3. Memberdayakan dan memajukan organisasi anggota DNIKS.
4. mewakili kepentingan organisasi DNIKS.⁶

Setelah memperhatikan permasalahan sosial kemasyarakatan yang berkembang pada awal abad ke 21 ini, DNIKS dan seluruh anggotanya menetapkan pokok-pokok program dan kegiatan. Program-program ini merupakan pedoman pokok untuk empat tahun yang akan datang. Atas dasar

⁵ Buku DNIKS. 2005 – 2009.

⁶ Buku DNIKS. 2005 – 2009.

pedoman pokok tersebut pengurus menyusun program dan kegiatan tahunan sesuai dengan rancangan anggota dan kemampuan organisasi. Untuk mempermudah sosialisasi program pada masyarakat luas, rancangan program kerja DNIKS untuk masa bhakti tahun 2005 – 2009 disebut sebagai Panca Program, yang pokok-pokoknya adalah sebagai berikut :

1. Program Pengembangan Budaya Peduli anak Bangsa.
2. Program Pengembangan Kebijakan Sosial Kemasyarakatan.
3. Program Pengembangan Jaringan dan Lembaga Pelayanan Sosial Kemasyarakatan.
4. Program Pemberdayaan, Pelayanan dan Rehabilitasi.
5. Program Penelitian, Pengembangan.
6. Pengembangan Manajemen Internal Organisasi.⁷

Berdasarkan program kerja diatas maka DNIKS telah merencanakan kegiatan dalam jangka waktu 2 tahun ke depan yakni Advokasi loby, Fasilitasi dialog dan Promosi hak asasi manusia.

Alasan memilih Dewan Nasional Indonesia Kesejahteraan sosial sebagai objek penelitian karena saat ini organisasi tersebut secara terus menerus memberdayakan dan memajukan organisasi. Sesuai dengan program utama DNIKS 2005-2009 yang di jabat oleh Prof. Dr. Haryono Suyono (Ketua Umum) yang mempunyai tujuan upaya pengentasan kemiskinan dengan menyajikan program pemberdayaan, ditujukan utamanya bagi penyandang cacat. Di Negara-negara Asia nasib penyandang cacat kurang beruntung.

⁷ Buku DNIKS. 2005 – 2009.

Perhatian masyarakat dan pemerintah terhadap penyandang cacat sangat rendah. Dari sekitar 20-25 juta penyandang cacat di Indonesia, sekitar 10 juta adalah lansia, dan lainnya adalah penyandang cacat lain. Menurut perkiraan Direktorat Pendidikan Luar Biasa (PLB) jumlah anak cacat usia sekolah sekitar 1.500.000 anak, dari jumlah tersebut yang bersekolah di Sekolah Luar Biasa (SLB) hanya sebanyak 55.836 anak atau setara dengan 3,72 % saja.

Menurut laporan yang dibuat WHO tersebut, hampir di semua Negara terjadi Disparitas yang sangat tinggi antara wacana, hak-hak yang secara hukum dijamin, dan kenyataan yang terjadi di lapangan. Disparitas itu umumnya sangat menonjol dalam akses pelayanan umum bagi penyandang cacat, dalam bidang pendidikan dan kesempatan kerja.

Perjuangan keadilan bagi penyandang cacat masih sangat jauh. Penyandang cacat yang belum tentu tidak bisa memberikan sumbangan kepada kemajuan nusa dan bangsa selalu dihukum sebelum mendapat kesempatan untuk mengembangkan dirinya dan memberi sumbangan yang berarti bagi diri, keluarga, tanah air dan bangsanya. Mereka selalu di vonis untuk tidak mendapat kesempatan sekolah. Kalau memperoleh kesempatan sekolah mereka mendapat perlakuan diskriminatif yang sangat menyakitkan. Mereka tidak memperoleh bacaan karena alasan yang tidak memadai. Mereka tidak mendapat pendampingan karena biaya yang disediakan pemerintah untuk bidang alokasinya sangat rendah.

Strategi perjuangan untuk penyandang cacat harus dikembangkan secara terpadu dan dilaksanakan secara serentak. Pengembangan legislasi harus

diikuti dengan penyebaran dan pengawasan pelaksanaan yang sungguh-sungguh agar legislasi itu tidak berakhir sebagai dokumen indah tetapi tidak bermakna. Suatu aturan hukum yang tidak boleh berakhir sebagai dokumen normatif yang nampaknya menguntungkan penyandang cacat tetapi tidak mempunyai kekuatan nyata atau tidak dilaksanakan di lapangan. Legislasi yang diperjuangkan harus bisa menghilangkan atau minimal diabdikan pada tiga hal yang sangat penting sebagai berikut :

1. Menghilangkan hambatan diskriminasi yang menghasilkan ketidakadilan secara langsung, yaitu apabila seseorang penyandang cacat diperlakukan tidak adil karena kecacatannya ;
2. Menghilangkan hambatan diskriminasi tidak langsung, dimana pelayanan, kriteria atau suatu perlakuan yang nampaknya netral tetapi secara tidak langsung membatasi kesempatan penyandang cacat dan menghasilkan ketidakadilan bagi penyandang cacat ;
3. Harassment, suatu perlakuan yang secara sengaja bisa merendahkan martabat manusia dengan akibat langsung berupa ketidakadilan yang merugikan penyandang cacat;
4. Intruksi tidak adil, dimana seseorang secara sengaja diperintahkan untuk memisahkan dan menghambat partisipasi penyandang cacat.

Biarpun tidak selalu menyangkut legislasi dalam bentuk baku, masih banyak sikap dan tingkah laku masyarakat, atau pejabat, atau lembaga pemerintah, yang merugikan penyandang cacat yang segera harus diperbaiki. Sebagai contoh, seseorang yang mendapat kesempatan yang sama untuk

bekerja, dengan mudah dapat di eliminasi berupa perlakuan tidak adil “semata-mata” karena pihak manajemen tidak mampu menyediakan ruangan untuk latihan penyandang cacat, gagal menyediakan fasilitas untuk bekerja, atau gagal menyediakan mitra kerja dengan sikap, tingkah laku atau kesediaan untuk bekerja sama secara serasi dengan penyandang cacat. Dengan demikian pihak manajemen telah melakukan pelanggaran berat HAM (Hak Asasi Manusia), sebab berdasarkan Undang-undang No.39/1999 tentang HAM pasal 5 ayat 3 disebutkan penyandang cacat berhak mendapat perlakuan dan perlindungan berkenaan dengan kecacatannya.

Permasalahan terhadap penyandang cacat antara lain masih rendahnya tingkat pendidikan penyandang cacat, sangat tingginya tingkat pengangguran di kalangan penyandang cacat, dan kurangnya aksesibilitas baik aksesibilitas lingkungan fisik maupun aksesibilitas terhadap informasi. Oleh karena itu, DNIKS melakukan beberapa strategi komunikasi untuk menanggulangi permasalahan tersebut sesuai dengan tujuannya yaitu memperjuangkan hak asasi dan perlindungan terhadap penyandang cacat.

Pentingnya strategi komunikasi bagi PR DNIKS yaitu untuk mengubah perilaku masyarakat dan membentuk citra positif dengan mengembangkan ide-ide kreatif dan mempertimbangkan aspek kekurangan atau meminimalisirkan kendala yang akan dihadapi dalam pelaksanaan tersebut.

Dilihat dari program utama DNIKS yang mempunyai tujuan upaya pengentasan kemiskinan dengan menyajikan program pemberdayaan, ditujukan utamanya bagi penyandang cacat. Maka penulis merasa tertarik

untuk mengetahui strategi komunikasi public relations yang digunakan oleh Dewan Nasional Indonesia Kesejahteraan Sosial (DNIKS) dalam meningkatkan kesejahteraan para penyandang cacat. Terkait dengan strategi humas yang merupakan bagian terpadu dari suatu rencana.

1.2 Pokok Permasalahan

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka pokok permasalahan penelitian adalah :

Bagaimana strategi komunikasi *Public relation* Dewan Nasional Indonesia Kesejahteraan Sosial (DNIKS), dalam meningkatkan kesejahteraan para penyandang cacat.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai dari penelitian yang dilakukan penulis adalah :

Untuk mengetahui strategi komunikasi *Public Relations* Dewan Nasional Indonesia Kesejahteraan Sosial (DNIKS) dalam meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat kepada pihak eksternal.

1.4 Signifikasi Penelitian

1.4.1 Signifikasi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbang pengetahuan dan pemikiran ilmu di bidang komunikasi dan teori kehumasan (Public

Relations) mengenai strategi Humas dalam mengkomunikasikan program / kegiatannya.

1.4.2 Signifikasi Praktis

Diharapkan memberikan sumbangan pemikiran pada Dewan Nasional Indonesia Kesejahteraan Sosial (DNIKS) dalam menggunakan strategi komunikasi humas untuk meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat sehingga penelitian ini dapat berguna bagi organisasi pada umumnya dan divisi humas khususnya.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Komunikasi

Komunikasi merupakan salah satu aspek terpenting dalam kegiatan perusahaan atau lembaga. Setiap bagian dalam perusahaan / instansi / lembaga tidak dapat menghindari komunikasi. Bahkan tanpa komunikasi maka aktifitas perusahaan atau organisasi tidak akan berjalan sebagaimana layaknya. Komunikasi berpengaruh terhadap keberhasilan atau kegagalan atas ide yang disampaikan, sehingga dengan melalui komunikasi segala kepentingan, keinginan dan harapan-harapan baik perusahaan / instansi / lembaga dan publicnya baik internal ataupun eksternal dapat diketahui.

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris disebut dengan *Communication*, berasal dari kata *Communication* yang berarti sama maknanya atau pengertian yang sama dengan maksud untuk mengubah pikiran, sikap, perilaku, penerima dan melaksanakan apa yang diinginkan oleh komunikator.⁸

Berelson dan Steiner mengatakan bahwa Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lain-lain.

Defenisi komunikasi dari *Lasswell* secara eksplisit dan kronologis menjelaskan tentang lima komponen yang terlibat dalam komunikasi. Yakni siapa (pelaku komunikasi pertama yang punya inisiatif sebagai sumber), mengatakan apa (isi informasi¹³ disampaikan), kepada siapa (pelaku komunikasi lainnya yang dijadikan sasaran penerima), melalui saluran apa(alat/saluran penyampaian informasi), dan dengan akibat apa (hasil yang terjadi pada diri penerima). Defenisi ini menunjukkan bahwa komunikasi adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan.⁹

Gerald A. Miller dalam karyanya, berjudul “*On Defining Communication : Another Stub*” yang dimuat dalam *Journal Of Communication* menyatakan sebagai berikut :

*In the main communication has as its central interest those behavioral situation in which a source transmits a message to a receiver (S) with conscious intent to affect the latter's behaviour.*¹⁰

⁸ A. W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* (Jakarta, Bumi Aksara, 1993) hal 8

⁹ Sasa Djuarsa Sendjaja, Ph.D., DKK. Op.cit. hal 1.11

¹⁰ Onong Uchana Effendy. *Hubungan Masyarakat (Suatu Studi Komunikologis)*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 1992 hal ; 49

Pada dasarnya, komunikasi mengandung situasi keprilakuan sebagai minat sentral, dimana seseorang sebagai sumber menyampaikan suatu pesan kepada seseorang atau sejumlah penerima yang secara sadar bertujuan mempengaruhi perilakunya.

Komponen komunikasi atau unsur-unsur utama adalah sebagai berikut : ¹¹

Who says	(siapa mengatakan)
Says what	(mengatakan apa)
In which channel	(melalui saluran apa)
To whom	(kepada siapa)
With what effect	(dengan efek apa)

Dengan demikian komunikasi ini adalah upaya mencapai suatu kesamaan visi dan misi agar tercapai tujuan yang diharapkan dalam suatu organisasi baik yang berorientasi komersial maupun sosial, tindak komunikasi dalam organisasi atau lembaga tersebut akan melibatkan empat fungsi yaitu, *informative, regulative, persuasive* dan *integrative*.

Dari beberapa defenisi di atas jelas bahwa pada hakekatnya PR adalah suatu kegiatan yang bertujuan memperoleh *good will*, kepercayaan, saling pengertian, dan citra yang baik dari public / masyarakat dengan tujuan untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu badan / organisasi dengan masyarakat melalui suatu proses komunikasi timbal balik atau dua arah.

2.1.1 Tujuan Komunikasi

¹¹ Rosady Ruslan, *Kampanye Public Relations*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005.hal 28

Upaya komunikasi yang dilakukan tentunya mempunyai tujuan tertentu. Tujuan yang dimaksud disini menunjuk pada suatu hasil atau akibat yang diinginkan oleh pelaku komunikasi. Secara umum, menurut *Wilbur Schramm*, tujuan komunikasi dapat dilihat dari dua perspektif kepentingan yakni : kepentingan sumber/pengirim/komunikator dan kepentingan penerima/komunikan. Dengan demikian maka tujuan komunikasi yang ingin dicapai dapat digambarkan sebagai berikut :

Tujuan komunikasi dari sudut kepentingan sumber

1. Memberikan informasi.

Artinya adalah memberikan informasi dan pengetahuan umum tentang lingkungan sekitar melalui berbagai macam media atau alat komunikasi seperti media cetak dan media elektronik.

2. Mendidik.

Sosialisasi menunjuk pada upaya pendidikan dan pewarisan nilai-nilai, norma-norma, dan prinsip-prinsip dari satu generasi ke generasi lainnya.

Misalnya kegiatan pendidikan yang dilakukan guru-guru terhadap murid-muridnya.

3. Menyenangkan / menghibur.

Memberi hiburan kepada masyarakat, menciptakan bentuk-bentuk kesenian baru dan lain sebagainya.

4. Mengajukan suatu tindakan / persuasi.

Pencapaian konsesus atau mengontrol tingkah laku sosial. Misalnya pemberitaan surat kabar yang isinya menyarankan agar warga masyarakat mau menerima dan melaksanakan program berencana.

Tujuan komunikasi dari sudut kepentingan penerima :

1. Memahami informasi.

Menguji, mempelajari dan memperoleh gambaran tentang realitas, kesempatan dan bahaya.

2. Mempelajari.

Memperoleh pengetahuan dan keterampilan untuk hidup bermasyarakat.

3. Menikmati.

Menikmati hiburan, rileks, melarikan diri dari kesulitan hidup sehari-hari.

4. Menerima atau menolak anjuran.

Menentukan keputusan / pilihan, bertindak sesuai aturan sosial.

Kegiatan atau upaya komunikasi yang dilakukan pihak sumber tentunya juga diharapkan menimbulkan akibat atau hasil yang terjadi pada penerima yang sesuai dengan keinginan pihak sumber. Secara umum akibat atau hasil komunikasi ini dapat mencakup tiga aspek sebagai berikut :

a. Aspek Kognitif

Menyangkut kesadaran dan pengetahuan.

Misalnya menjadi sadar atau ingat menjadi tahu dan kenal.

b. Aspek Afektif

Menyangkut sikap dan perasaan/emosi.

Misalnya sikap setuju atau tidak setuju perasaan sedih, gembira, perasaan benci dan menyukai.

c. Aspek Konatif

Menyangkut Perilaku/tindakan.

Misalnya berbuat seperti apa yang disarankan, atau berbuat sesuatu tidak seperti apa yang disarankan (menentang).

2.2 Public Relations

Sangat banyak defenisi atau pengertian *Public Relations* yang telah di kemukakan oleh para pakar ilmu komunikasi, karena defenisi PR sangat luas ruang lingkupnya. Ada beberapa defenisi PR antara lain :

Scoot Cutlip dan Allan Center Public Relations adalah “upaya terencana guna mempengaruhi opini public melaui karakter yang baik dan kinerja yang bertanggung jawab, yang didasarkan kepada komunikasi dua arah yang memuaskan kedua belah pihak.”¹²

Frank Jefkins sendiri berpendapat bahwa “Humas adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan yang spesifik yang berlandaskan kepada saling pengertian.”¹³

Defenisi PR yang dirumuskan oleh *British Institut of PR (IPR)* yang berbunyi :

¹² Iriantara, Yosai : *Manajemen Strategis PR*, Ghalia Indonesia, Jakarta.

¹³ Frank Jefkins, OP.cit., Hal 8

“Public Relations practice is the deliberate, planned and sustained effort to establish and maintain mutual understanding between and organization and is public.” Ini berarti program PR merupakan usaha yang terus menerus dilakukan secara terencana dan secara sengaja untuk membangun saling pengertian antara suatu organisasi dengan masyarakat yang dituju. Dua aspek penting yang ditekankan dalam definisi itu : usaha itu direncanakan demi saling pengertian dua pihak yang bersangkutan. Membina saling pengertian tidak sama dengan menyampaikan informasi satu arah.¹⁴

Defenisi lain mengenai PR telah dirumuskan dalam konferensi international antar lembaga-lembaga PR yang diselenggarakan di *Mexico city* tahun 1978, bunyinya :

“Public Relations adalah suatu seni sekaligus disiplin ilmu sosial yang menganalisis berbagai kecenderungan, memprediksikan setiap kemungkinan konsekuensi dari setiap kegiatannya, memberi masukan dan saran-saran kepada para pemimpin organisasi, dan mengimplementasikan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan atau kepentingan khalayaknya.¹⁵

Khalayak atau sasaran dalam kegiatan PR yaitu Public internal dan Public eksternal. Public internal adalah kegiatan yang bertujuan untuk pihak di dalam organisasi atau perusahaan sedangkan public eksternal adalah kegiatan-kegiatan yang ditujukan untuk pihak luar perusahaan.

¹⁴ *Direktorat Hubungan Informasi Antar Lembaga Pemerintah Pusat. Bunga Rampai Kehumasan*, Edisi No.1 / 2003, Hal 4.

¹⁵ M. Linggar Anggoro, *Teori dan profesi Kehumasan*, Jakarta : Bumi Aksara, 2002, Hal 2.

Dari beberapa definisi diatas jelas bahwa pada hakekatnya public relations adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh goodwill, kepercayaan, saling pengertian, dan citra yang baik dari public / masyarakat dengan tujuan untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu badan / organisasi dengan masyarakat melalui suatu proses komunikasi timbal balik atau dua arah.

Menjalin komunikasi yang harmonis antara organisasi dengan public bukanlah sesuatu yang mudah, karena itulah peranan public relations di dalam suatu organisasi atau perusahaan sangat diperlukan, dalam rangka menciptakan kerja sama yang baik didasari oleh hubungan yang harmonis, mencakup kepada arti :

1. *Public relations* harus mampu menciptakan kerja sama diantara public yang mempunyai kepentingan.
2. *Public relations* harus dapat menumbuhkan saling pengertian diantara public yang mempunyai kepentingan.
3. *Public relations* harus dapat menciptakan tumbuhnya rasa kepuasan bersama diantara public yang berkepentingan.¹⁶

2.2.1 Peran dan Fungsi Pokok Humas

Suatu tugas yang menjadi misi kebanyakan organisasi non profit, yaitu di bidang pembangunan sosial. Bahkan organisasi nonprofit dipandang sebagai salah satu pendukung yang penting dalam setiap komunitas. Organisasi

¹⁶ HR. Bahan Djaja. Peranan Public Relations Dalam Perusahaan, alumni, Bandung, 1981, Hal 25.

nonprofit seperti agen pelayanan kesehatan, organisasi kesejahteraan sosial, institusi keagamaan, insitusi pendidikan, dan kelompok-kelompok seni dan kebudayaan memberikan pelayanan sesuai bidang layanannya kepada komunitas di sekitarnya.

Berbeda dengan perusahaan, organisasi nonprofit pada umumnya tidak memiliki dana yang banyak untuk melaksanakan aktivitas kuncinya. Salah satu fakta tidak pernah berubah yang dihadapi oleh semua organisasi nonprofit, yaitu tidak pernah ada uang yang cukup. Maka dari itu seorang public relations harus mampu menunjukkan perbedaannya dari kompetitor lain. Organisasi nonprofit yang terbaik adalah yang bisa memposisikan dirinya atau mendukung suatu hal agar mendapatkan bantuan dana.

Ada beberapa fungsi pokok PR menurut Rachmadi, yaitu :

1. Membuat aturan komunikasi untuk mendapatkan pengertian bersama.
2. Mengetahui opini public.
3. Menekankan tanggung jawab sosial manajemen.
4. Mengidentifikasi perubahan.
5. Menjalankan system tanda bahaya.
6. Melakukan penelitian.
7. Menerapkan teknik komunikasi efektif dan persuasif.

Selain fungsi yang telah disebutkan diatas, PR juga memiliki tugas seperti :

1. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi atau pesan secara lisan, tertulis, atau melalui gambar (visual) kepada

publicnya, sehingga public mempunyai pengertian yang benar tentang hal ikhwal perusahaan atau lembaga, segenap tujuan serta kegiatan yang dilakukan.

2. Memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat.
3. Mempelajari dan melakukan analisis reaksi public terhadap kebijakan perusahaan maupun segala macam pendapat (public acceptance and non acceptance)
4. Menyelenggarakan hubungan yang baik dengan masyarakat dan media massa untuk memperoleh public favour, public opinion dan perubahan sikap.¹⁷

Public relations juga mempunyai hubungan timbal balik, keluar maupun dalam. Keluar artinya seorang public relations officer harus mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran (image) masyarakat yang positif terhadap segala tindakan dan kebijakan organisasi.

Fungsi dari pekerjaan humas sangat banyak, beberapa diantaranya adalah :¹⁸

1. *Menulis* – keahlian humas yang sangat mendasar, dengan kendaraan tertulis dari news release sampai dengan pidato-pidato dan brosur-brosur hingga periklanan.

¹⁷ F Rachmadi, *Public Relations Dalam Teori Dan Praktek* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1994) Hal 22.

¹⁸ Seitel , Fraser P., *The Practice Of Public Relations*, edisi 9 (Upper Saddle River, New Jersey : Pearson Education, Inc., 2004), Hal 10-11.

2. *Media relations* – berhubungan dengan pers adalah fungsi terdepan lain dari humas.
3. *Merencanakan ajang-ajang khusus*, media events, fungsi manajemen, dan lain sebagainya.
4. *Konseling* – dalam berhubungan dengan manajemen dan interaksinya dengan public-public kunci.
5. *Penelitian* – tindakan dan opini yang mempengaruhi perilaku dan kepercayaan.
6. *Publisitas* – fungsi yang berhubungan dengan pemasaran, seringkali disalah artikan sebagai satu-satunya fungsi dari humas yaitu mengerakkan publisitas positif bagi klien atau pimpinan.
7. *Komunikasi pemasaran* – fungsi lain yang berhubungan dengan pemasaran, seperti membuat brosur, literatur-literatur penjualan, meeting display dan promosi-promosi.
8. *Community Relations* – secara positif mengedepankan pesan-pesan dan citra organisasi di dalam komunitas sekitar.
9. *Consumer Relations* – berhubungan dengan konsumen melalui komunikasi tertulis dan verbal.
10. *Employee Relations* – berkomunikasi dengan semua public internal penting dari organisasi para manajer dan karyawan yang bekerja untuk perusahaan.
11. *Government Affairs* – berhubungan dengan para pembuat undang-undang, peraturan, dan petugas-petugas local, Negara, dan federal, semua yang memiliki hubungan pemerintahan dengan organisasi.

12. *Investor Relations* – untuk perusahaan public, berkomunikasi dengan para pemegang saham dan semua yang menjadi penasihat mereka.
13. *Humas khusus* – berhubungan dengan public-public yang secara unik sangat penting bagi organisasi tertentu, seperti organisasi untuk suku atau kebudayaan tertentu.
14. *Public Affairs dan Manajemen isu* – berhubungan dengan kebijakan public dan dampaknya terhadap organisasi, dan juga mengidentifikasi dan menempatkan isu-isu yang konsekuensinya dapat mempengaruhi perusahaan.
15. *Pengembangan Website dan Web Interface* – sering kali menciptakan apa yang menjadi tampilan muka utama organisasi dengan public, yaitu website-nya. Memantau worldwide web dan menanggapi tantangan organisasional pada saat yang tepat juga sangat penting untuk dilakukan.

Fungsi-fungsi ini hanya sebagian dari apa yang sebenarnya dikerjakan oleh humas. Jika di simpulkan, praktisi humas adalah / *manager* / *orchestrator* / *producer* / *director* / *writer* / *arranger* dan semua perwakilan komunikasi umum kepada manajemen.

Sedangkan empat peran utama harus menurut Cutlip, Center, dan Broom adalah:¹⁹

Teknisi komunikasi

Teknisi komunikasi dipekerjakan untuk menulis, dan mengedit newsletter karyawan, untuk menulis news releases dan tulisan-tulisan feature, untuk

¹⁹ Cutlip, Scott M. Allen H. Center dan Glen M. Broom, OP.cit., hal 37-44.

mengembangkan isi website, dan berhubungan dengan kontak-kontak media. Ketika dibatasi pada peran ini, bagaimana pun juga praktisi biasanya tidak berpartisipasi secara signifikan dalam pembuatan keputusan manajemen dan perencanaan strategis.

Expert prescriber

Peran ini menarik perhatian praktisi karena secara personal memuaskan untuk dipandang sebagai otoritas mengenai apa yang harus dilakukan dan bagaimana sesuatu harus dilakukan.

Fasilitator komunikasi

Peran fasilitator komunikasi membuat praktisi dipandang sebagai pendengar yang sensitif dan pialang informasi. Fasilitator komunikasi melayani sebagai penghubung, penerjemah, dan mediator antara organisasi dan public-publicnya. Mereka memelihara komunikasi dua arah dan memfasilitasi pertukaran dan memindahkan halangan-halangan dalam hubungan-hubungan dan menjaga saluran-saluran komunikasi terbuka. Tujuannya menyediakan baik kepada manajemen dan public-publicnya informasi yang dibutuhkan mereka untuk membuat keputusan yang menguntungkan kepentingan mereka.

Fasilitator pemecah masalah

Ketika praktisi ditugaskan peran sebagai fasilitator pemecah masalah, mereka berkolaborasi dengan manajer lain untuk menentukan dan memecahkan masalah-masalah. Mereka menjadi bagian dari tim perencanaan strategis. Kolaborasi dan konsultasi dimulai dengan pertanyaan pertama dan berlanjut sampai evaluasi program akhir.

2.3 Strategi Komunikasi Humas

Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan ; ringkasan ; panduan untuk taktik ; landasan untuk memadukan semua tindakan serta acuan untuk menggabungkan antar *positioning, segmen and the mix*.

Manajemen komunikasi adalah suatu sistem pengelolaan komunikasi dan informasi yang terarah, terpadu, konsisten dan berkesinambungan untuk menciptakan suatu opini public yang positif. Komunikasi dan informasi dikelola sedemikian rupa untuk memungkinkan terjadinya hubungan dua arah yang seimbang pada saat yang tepat dengan cara yang tepat untuk sasaran yang tepat. Komunikasi yang strategik disampaikan kepada segmen tertentu melalui berbagai media komunikasi terpadu, untuk membentuk perubahan sikap sehingga terjadi perubahan tindakan.

Menurut *Rogers*, strategi komunikasi adalah suatu rencana atau desain untuk mengubah perilaku manusia dalam suatu jumlah berskala besar melalui penyampaian ide-ide baru jadi suatu strategi merupakan unit dari manajemen komunikasi.²⁰

Tujuan utama strategi komunikasi menurut *R. Wayne pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnett* dalam bukunya *techniques for effective communications*, tujuan strategi komunikasi tersebut sebagai berikut :

- a. *To secure understanding*

²⁰ Zulkarnaen Nasution,., *Pengantar Komunikasi Pembangunan Universitas Terbuka*, 1994, hal 182

Untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi.

b. *To establish acceptance*

Bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik.

c. *To motive action*

Penggiatan untuk memotivasinya.

d. *The goals which the communicator sought to achieve*

Bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.²¹

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya.

Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda-beda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

a. Perencanaan Strategi (*Planning*)

Merupakan bagian penting di dalam usaha memperoleh *Public Opinion* yang menguntungkan. Perencanaan ini merupakan bidang yang cukup penting, karena menghubungkan kegiatan komunikasi dengan kepentingan organisasi atau perusahaannya. Serta harus mempunyai kemampuan untuk

²¹ Rosady Ruslan, Op.cit.hal 37

menghubungkan berbagai masalah sosial, politik, ekonomi dengan masalah manajemen atau marketing apabila perusahaannya bergerak dibidang penjualan barang atau jasa.

1. Merumuskan apa tujuan yang harus dicapai oleh humas ketika mengirimkan pesan-pesan.
2. Mengelola data yang diperolehnya tentang berbagai factor sosial, politik, ekonomi sekitarnya yang diperlukan.
3. Merumuskan bagaimana pesan disebarkan.
4. Menentukan teknik komunikasinya.
5. Memeriksa kesempurnaan informasi yang diperolehnya.
6. Membandingkan pengalaman-pengalaman pihak-pihak lain dengan organisasi atau perusahaannya sendiri guna memperoleh langkah terakhir.
7. Mengadakan analisa atas informasi yang diperoleh serta merumuskannya dengan program kerja, yaitu sesuai dengan situasi ataupun tempat.²²

b. Manajemen Strategi (*Strategy Manajement*)

Manajemen strategi humas, merupakan suatu proses pengorganisasian jangka panjang dari berbagai fakta, sumber informasi menyangkut sesuatu kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh lembaga bersangkutan, hingga pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen kehumasan yang aktivitasnya untuk menangkap “peluang yang ada” secara langsung atau tidak langsung

²² F.Rachmadi. Op cit Hal; 112

bertujuan menciptakan persepsi atau kesan-kesan yang positif, baik diberikan secara individual maupun penilaian opini public yang menguntungkan terhadap lembaga, organisasi, nama perusahaan dan produk-produknya di masa-masa mendatang yang penuh dengan resiko ancaman persaingan (*competitor*).

Sebagai landasan perencanaan dan program kerja manajemen strategi humas, yaitu secara garis besar memenuhi faktor-faktor berikut:

“ Melaksanakan Manajemen dan aktivitas humas berdasarkan pengumpulan data (*fact finding*), perencanaan (*planning*), komunikasi (*communication*), dan pengevaluasian (*evaluating*).”

Rhenald Kasali dalam bukunya *Manajemen Public Relations*, konsep dan aplikasinya di Indonesia, diterbitkan Pustaka Utama Grafiti, Jakarta : 1994, menyatakan, “ fungsi manajemen dalam konsep public relations bertujuan menciptakan dan mengembangkan persepsi terbaik bagi suatu lembaga, organisasi, perusahaan, atau produknya terhadap masyarakat, yang kegiatannya langsung atau tidak langsung mempunyai dampak bagi masa depan organisasi, lembaga, perusahaan atau produknya.”²³

Proses kegiatan PR selalu diawali dan diakhiri dengan penelitian atau riset. Hal ini di karenakan pelaksanaan komunikasi PR, tidak hanya sekedar melakukan komunikasi yang tanpa arah dan tujuan, melainkan mempunyai tujuan yang jelas dan pasti. Selain itu program komunikasi PR Juga perlu mempunyai ukuran hasil untuk mengetahui efektif atau tidaknya

²³ Rosady Ruslan, *Kampanye Public Relations*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005. hal 11

program tersebut atau tercapai atau tidaknya pesan bagi khalayak yang dituju. Pesan yang disampaikan juga diharapkan oleh humas, sehingga perlu diketahui apakah efeknya sudah sesuai dengan keinginan melakukan penelitian dan evaluasi umpan balik.

Menurut *Cutlip* dan *Center* strategi komunikasi yang efektif harus dilaksanakan dengan melalui empat langkah, yaitu :

a. *Fact finding* (pengumpulan data)

yang dimaksud *fact finding* adalah mencari dan mengumpulkan fakta-fakta / data sebelum seseorang melakukan suatu kegiatan atau tindakan. Penelitian ini berkaitan dengan opini, sikap dan reaksi dari public sasaran yang berkepentingan dengan aksi dan kebijakan-kebijakan suatu organisasi. Pada tahap ini ditentukan : “*what’s Hapenning Now*”?. Pengumpulan data, fakta, dan informasi dapat dilakukan dengan melalui :

1. Riset, terdiri atas :

1. Desain riset.
2. Pengumpulan data primer (wawancara).
3. Pengolahan data.
4. Perumusan data / permasalahan.

2. *Content Analysis*

Analisis berita dari media-media utama. Perusahaan perlu berlangganan media secara luas dan secara rutin melakukan analisis atas berita-berita terkait.²⁴

Metode riset dan content analysis ini digunakan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi masyarakat yakni melalui metode pengumpulan pendapat melalui wawancara, yaitu mengajukan serangkaian pertanyaan kepada sejumlah responden sampel yang dianggap cukup mewakili suatu khalayak yang hendak dituju selain itu melakukan survei-survei yang khusus diadakan untuk mengungkapkan pendapat dan sikap masyarakat, pemantauan berita-berita di media massa, baik media cetak maupun elektronik, membaca sebagai literatur dan menghadiri berbagai diskusi.

b. *Planning* (perencanaan)

Berdasarkan fakta-fakta / data tadi PR membuat rencana tentang apa yang akan / harus dilakukan dalam menghadapi problema-problema itu. Untuk menghindarkan kegagalan-kegagalan dalam melaksanakan tugasnya dan memperoleh hasil yang diharapkan, maka komunikasi itu harus *well planned*.

c. *Communications* (komunikasi)

Tahap ini menjelaskan dan sekaligus mendramatisir informasi mengenai langkah-langkah yang dilakukan, sehingga mampu menimbulkan kesan-kesan yang secara efektif untuk dapat

²⁴ Rhenald Kasali, *Manajemen Public Relations konsep dan aplikasinya*, PT. Pustaka Utama Grafiti : Jakarta, 2005. Hal 84 dan 103

mempengaruhi pihak-pihak yang dianggap penting dan berpotensi dalam upaya memberikan dukungan sepenuhnya.

d. *Evaluating* (evaluasi)

Pada tahap ini, pihak PR mengadakan penilaian terhadap program kerja yang telah dilaksanakan dan menilai apakah tujuan dari program tersebut sudah tercapai atau sesuai yang diharapkan.

Caranya dengan melakukan penelitian mengenai :

1. Program yang sudah dijalankan apakah sesuai dengan perencanaan.
2. Kelemahan atau hambatan-hambatan pelaksanaan program.
3. Mengetahui opini atau sikap dari khalayak, apakah sesuai dengan yang diharapkan.²⁵

Strategi yang digunakan seperti diatas oleh suatu perusahaan tidak jadi masalah yang penting tujuan perusahaan dapat tercapai serta terciptanya kondisi aman dan sejahtera. Karena itu peran Humas sangat potensial dalam menjalankan strategi yang dibuatnya serta mempertanggung jawabkan dengan sebenar-benarnya.

2.4 Media Komunikasi

Media komunikasi digunakan untuk program humas kesejahteraan sosial, baik yang intern, untuk memberikan informasi kepada para anggota dan pekerja sukarela dan untuk membina kerja sama mereka dalam komunikasi

²⁵ Scott M Cutlip dan Allen H. Center dalam Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation dan Manajemen komunikasi (konsepsi dan aplikasi)*, PT. Raja Grafindo, Jakarta, 1999, hal 135

dengan publik, maupun yang ekstern, untuk memberikan informasi kepada publik secara umum.

Media merupakan sarana atau alat untuk menyampaikan pesan sebagai mediator antara komunikator dengan komunikan. Sementara itu media sebagai alat-alat yang bisa digunakan untuk mengkomunikasikan program / aktivitas PR organisasi. Diantaranya alat komunikasi dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Media Komunikasi Eksternal

Media maupun alat-alat yang digunakan oleh organisasi kesejahteraan untuk berkomunikasi dengan public umum adalah :

1) Melalui Media Massa

1. Publikasi :
 - a. Siaran Pers/Berita (Press/News Release)
 - b. Feature (Fitur/Tuturan)
 - c. Artikel
2. Iklan Layanan Masyarakat :
 - a. Iklan yang berisikan program / kebijakan terbaru dari organisasi yang perlu disampaikan kepada masyarakat luas namun tidak berorientasi pada pencarian keuntungan.
 - b. Biasanya bekerja sama dengan beberapa media cetak dan elektronik untuk mendapatkan spasi/ruang siar secara Cuma-Cuma atau yang berbiaya rendah.
3. Acara-acara Pers :
 - a. Konferensi Pers (Press Conference)

- b. Resepsi Pers (Press Reception)
- c. Briefing Pers (Press Briefing)
- d. Kunjungan Media (Media Visit)
- e. Wawancara Pers

2) Melalui Bahan Cetak

- a. Jurnal Eksternal/bulletin :
Berisi program dan kebijakan terbaru organisasi – diberikan kepada khalayak khususnya.
- b. Poster / Folder / Pamflet / selebaran / Brosur :
Berisi program dan kebijakan terbaru organisasi dengan isi yang lebih singkat, padat serta gambar-gambar/foto-foto yang menunjang –untuk disebarakan pada masyarakat luas.

3) Melalui Penyediaan Sarana Konsultasi, Penyuluhan dan Pelatihan

- a. Penyediaan Sarana Konsultasi :
Biasanya dilakukan secara Cuma-Cuma bagi anggota masyarakat yang membutuhkannya dengan membuka saluran telepon hotline, kotak surat khusus, online e-mail ataupun kesempatan tatap muka dengan para konsultan.
- b. Program Penyuluhan :
Dilakukan secara cuma-cuma dengan mendatangi tempat-tempat yang perlu diberikan penyuluhan tentang program / kebijakan baru organisasi agar masyarakat lebih memahami dan lebih mudah menerima program / kebijakan baru tersebut.

c. Program Pelatihan :

Mengadakan program pelatihan secara cuma-cuma bagi anggota masyarakat yang memerlukannya.

4) Melalui Pengadaan Acara-acara Khusus

a. Seminar :

1. Mengadakan seminar baik secara Cuma-Cuma maupun dengan biaya.
2. Topik yang dipilih biasanya berkaitan dengan program/kebijakan baru organisasi agar khalayak khusus yang di undang untuk mengikuti seminar dapat lebih memahami dan menerima program / kebijakan baru dan sebagainya.

b. Pameran :

Mengikuti pameran yang berkaitan dengan program / kebijakan baru organisasi atau mengadakan sendiri pameran tersebut dengan tujuan agar masyarakat luas lebih memahami dan menerima program / kebijakan baru organisasi

c. Pengumpulan dana :

1. Mengadakan suatu acara yang dirancang khusus untuk mengumpulkan dana dari masyarakat untuk menunjang kegiatan organisasi.

2. Acara tersebut dapat diselingi dengan berbagai hiburan seperti musik dan tarian agar lebih menarik.²⁶

2.5 Kesejahteraan Sosial Para Penyandang Cacat

Peranan pemerintah dalam pelayanan sosial terhadap penyandang cacat masih memprihatinkan. Permasalahan yang terkait dengan kecacatan, seperti rendahnya tingkat pendidikan, sangat tingginya tingkat pengangguran dikalangan juga semakin meningkat, yang tidak saja dirasakan penyandang cacat, tetapi juga oleh keluarga, lingkungan dan masyarakat. Untuk mengatasi masalah tersebut serta mengupayakan peningkatan kesejahteraan bagi penyandang cacat secara sistematis, terpadu dan terarah.

Komitmen pemerintah Indonesia cukup tinggi dalam upaya peningkatan kesejahteraan penyandang cacat dalam rangka mewujudkan kesamaan kesempatan dibidang politik, ekonomi, agama, sosial dan budaya. Arah kebijakan pemerintah telah jelas sebagaimana tertuang berbagai peraturan perundang-undangan yang telah kita miliki yaitu : Undang-undang Nomor 4 tahun 1997 tentang penyandang cacat, peraturan pemerintah nomor 43 tahun 1998 tentang upaya peningkatan kesejahteraan sosial penyandang cacat, Keputusan Presiden nomor 83 tentang lembaga koordinasi dan pengendalian upaya peningkatan kesejahteraan sosial penyandang cacat serta beberapa keputusan Menteri baik keputusan Menteri Pekerjaan Umum, Keputusan menteri Kesehatan maupun Menteri Perhubungan.

²⁶ Gaedeke, Ralph M. *Marketing in Private and Public Non Profit Organization*. Santa Monica : Goodyear Publishing Company, Inc., 1997.

Penyandang cacat adalah setiap orang yang mempunyai kelainan fisik dan atau mental serta memiliki kebutuhan khusus, yang dapat mengganggu atau merupakan rintangan dan hambatan baginya untuk melakukan kegiatan secara selayaknya, yang terdiri dari penyandang cacat fisik, penyandang cacat mental dan penyandang cacat fisik dan mental.

Upaya peningkatan kesejahteraan sosial penyandang cacat yaitu :

1. Aksesibilitas adalah kemudahan yang disediakan bagi penyandang cacat guna mewujudkan kesamaan kesempatan dalam segala aspek kehidupan dan penghidupan.
2. Kampanye Tentang kecacatan.
3. peningkatan gizi melalui penyuluhan gizi, jodinisasi, pemberian vitamin A, zat besi, pemberian makanan tambahan baik disekolah maupun posyandu.
4. Perluasan kesempatan belajar bagi penyandang cacat.
5. Pelaksanaan dan pelatihan lebih memfokuskan program-program yang bersifat peningkatan motivasi (perubahan paradigma tidak lagi sifatnya harity dan percaya diri).
6. Peningkatan program pelatihan yang berorientasi kemasa depan yang sesuai dengan kebutuhan pasaran kerja.
7. Pelatihan yang dilaksanakan harus menuju pada keterampilan yang professional dan inovatif.
8. Penyaluran tenaga kerja penyandang cacat bagi penyandang cacat tubuh, penyandang cacat rungu wicara dan penyandang cacat netra disesuaikan dengan kebutuhan pasar kerja. Sedangkan penyandang cacat mental

retardasi, penyandang cacat eks kusta dan penyandang cacat ganda di fokuskan pada program kemitraan.

9. Rehabilitasi sosial, bantuan sosial dan pemeliharaan taraf kesejahteraan sosial.
10. Pelatihan kepemimpinan bagi perempuan penyandang cacat.
11. peningkatan kepedulian pembuat keputusan terhadap pentingnya pendidikan bagi penyandang cacat melalui audiensi, seminar.
12. Pengadaan guru Bantu.
13. Pemberian beasiswa pada anak miskin.
14. peningkatan jejaring kerja.
15. mengembangkan jaringan kerja dalam rangka memperkuat penyelenggaraan sistem jaminan sosial bagi penyandang cacat.²⁷

²⁷ Direktorat Jenderal Pelayanan dan rehabilitasi Sosial. Rencana Aksi Nasional Penyandang Cacat (2004-2013).

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan secara kualitatif. Karena penelitian ini hanya bertujuan untuk mengumpulkan informasi actual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi, menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.²⁸

²⁸ Jalaludin Rahmat. *Metode Penelitian komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung. 2000, hal 25

Menurut Mohammad Nasir deskriptif adalah metode dalam penelitian status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya adalah untuk membuat deskriptif, gambaran, lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.²⁹

3.2 Metode Penelitian

Metode Penelitian yang dipakai oleh penulis adalah metode penelitian yang bersifat studi kasus. Teknik penelitian ini berguna untuk menyelidiki gejala aktual, dalam konteks kehidupan nyata, dimana batas-batas antar gejala dan konteksnya tidak tergambar jelas dan menggunakan sumber fakta ganda.³⁰

Study kasus adalah salah satu metode penelitian ilmu-ilmu sosial. Secara umum study kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *How* atau *Why*, bila penelitian hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bila masalah penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata.

Jadi menurut penjelasan dari *Robert K. Yin*. Secara umum study kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok suatu pertanyaan dalam

²⁹ Moh Nasir, *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. 1998. hal 63

³⁰ Narbuko, Cholid, dan H. Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, Bumi Aksara, Jakarta : 1997, hal 46-47

penelitian berkenaan dengan *How* dan *Why*, bagaimana dan mengapa menggunakan study kasus.³¹

3.3 Nara Sumber (Key Informan)

Dalam penelitian ini penulis melengkapi data serta memperoleh data mengenai strategi komunikasi humas Dewan Nasional Indonesia Kesejahteraan Sosial dalam meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat. Dengan Nara Sumber sebagai berikut :

1. Divisi Humas (Hubungan Masyarakat)

Dipilihnya Chaerudin selaku kepala humas DNIKS sebagai nara sumber, karena sebagai pihak yang berkompeten dalam pelaksanaan strategi komunikasi dalam upaya meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat. Sehingga yang bersangkutan akan dapat memberikan keterangan yang lebih jelas dan dapat memenuhi data-data akurat yang dibutuhkan dalam penelitian.

2. Publik Eksternal (Penyandang Cacat)

Dipilihnya Bambang, Hanief dan Yulian Arshianto sebagai nara sumber karena beliau yang bersangkutan atau orang yang mempunyai keterbatasan mental penyandang cacat. Penulis melakukan wawancara guna melakukan kroscek / mengakuratkan informasi / data-data dan

³¹ Robert K Yin, *Study Kasus Desain dan Metode*. Remaja Grafindo Persada, Jakarta 2002, Hal 1

melihat tanggapan dari publik penyandang cacat mengenai strategi komunikasi yang telah dijalankan oleh humas DNIKS.

4. Media / Pers

Dipilihnya Windu Tastuti (Indosiar) dan Alfian (Trans TV) sebagai nara sumber diharapkan dapat memberikan informasi tentang pelaksanaan program / aktivitas humas DNIKS.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Data Primer

Data primer yakni data diperoleh dengan wawancara yang mendalam (In Dept Interview), dengan menggunakan pedoman wawancara tatap muka yang berisikan pertanyaan kepada Drs. H. Chaerudin selaku Kepala Humas. Bambang, Hanief, Yulian Arshianto selaku Penyandang Cacat. Windu dari media Indosiar dan Alfian dari Trans TV sebagai nara sumber.

3.4.2 Data sekunder

Untuk memperoleh dan melengkapi data penelitian, maka penelitian mendapatkan data sekunder diantaranya dengan :

Studi kepustakaan, yaitu dilakukan dengan mempelajari buku-buku yang bersifat ilmiah yang berkaitan dengan penelitian tersebut. Serta

kliping DNIKS, brosur, *Press Release*, serta data-data yang berasal dari dokumen resmi Dewan Nasional Indonesia Kesejahteraan Sosial mengenai kegiatan komunikasi PR.

3.5 Defenisi Konsep dan Fokus Penelitian

1. Defenisi Konsep

a. Strategi Komunikasi Humas

Menurut *Rogers*, strategi komunikasi adalah suatu rencana atau desain untuk mengubah perilaku manusia dalam suatu jumlah berskala besar melalui penyampaian ide-ide baru jadi suatu strategi merupakan unit dari manajemen komunikasi. Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan ; ringkasan ; panduan untuk taktik ; landasan untuk memadukan semua tindakan serta acuan untuk menggabungkan antar positioning, segmen and the mix.

b. Media Komunikasi

Media merupakan sarana atau alat untuk menyampaikan pesan sebagai mediator antara komunikator dengan komunikan. Sementara itu media sebagai alat-alat yang bisa digunakan untuk mengkomunikasikan program / aktivitas PR organisasi.

c. Penyandang Cacat

Penyandang cacat adalah setiap orang yang mempunyai kelainan fisik da atau mental serta memiliki kebutuhan khusus, yang dapat mengganggu atau merupakan rintangan dan hambatan baginya untuk

melakukan kegiatan secara selayaknya, yang terdiri dari penyandang cacat fisik, penyandang cacat mental dan penyandang cacat fisik cacat dan mental.

2. Fokus Penelitian

Berdasarkan judul serta tujuan penelitian yaitu strategi komunikasi Humas Dewan Nasional Indonesia Kesejahteraan Sosial (DNIKS) dalam meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat kepada pihak eksternal, maka fokus penelitian adalah sebagai berikut :

1. *Fact finding* (pengumpulan data)

fact finding adalah mencari dan mengumpulkan fakta-fakta / data sebelum seseorang melakukan suatu kegiatan atau tindakan. Penelitian ini berkaitan dengan opini, sikap dan reaksi dari public sasaran yang berkepentingan dengan aksi dan kebijakan-kebijakan suatu organisasi. Pada tahap ini ditentukan : “*what’s Hapenning Now*”?.

Pengumpulan data, fakta, dan informasi dapat dilakukan dengan melalui :

1. Riset, terdiri atas :
 1. Desain riset.
 2. Pengumpulan data primer (wawancara).
 3. Pengolahan data.
 4. Perumusan data / permasalahan.

2. *Content Analysis*

Analisis berita dari media-media utama. Perusahaan perlu berlangganan media secara luas dan secara rutin melakukan analisis atas berita-berita terkait.

Metode riset dan content analysis ini digunakan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi masyarakat yakni melalui metode pengumpulan pendapat melalui wawancara, yaitu mengajukan serangkaian pertanyaan kepada sejumlah responden sampel yang dianggap cukup mewakili suatu khalayak yang hendak dituju selain itu melakukan survei-survei yang khusus diadakan untuk mengungkapkan pendapat dan sikap masyarakat, pemantauan berita-berita di media massa, baik media cetak maupun elektronik, membaca sebagai literatur dan menghadiri berbagai diskusi.

2. **Planning (perencanaan dan pengambilan keputusan)**

Berdasarkan fakta-fakta / data tadi PR membuat rencana tentang apa yang akan / harus dilakukan dalam menghadapi problema-problema itu. Untuk menghindarkan kegagalan-kegagalan dalam melaksanakan tugasnya dan memperoleh hasil yang diharapkan, maka komunikasi itu harus *well planned*.

Dengan ini humas menetapkan bentuk strategi yang digunakan dan program kerja sesuai dengan visi misi organisasi serta menetapkan tujuan program untuk public baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

3. *Communications* (komunikasi)

- a. Humas menjelaskan serta mengembangkan langkah-langkah serta strategi komunikasi yang akan dilakukan sesuai dengan perencanaan dari program sehingga dapat mempengaruhi pihak-pihak yang berpotensi.
- b. Menentukan target khalayak bagi perencanaan program strategi komunikasi.
- c. Menentukan media apa yang akan digunakan dalam mengkomunikasikan perencanaan program.

Media komunikasi yang digunakan dalam public eksternal :

1) Melalui Media Massa

1. Publikasi :

- a. Siaran Pers / Berita (*Press / News Release*)
- b. Feature (Fitur / Tutaran)
- c. Artikel

2. Iklan Layanan Masyarakat

- a. Iklan yang berisikan program / kebijakan terbaru dari organisasi yang perlu disampaikan kepada masyarakat luas namun tidak berorientasi pada pencarian keuntungan.
- b. Biasanya bekerja sama dengan beberapa media cetak dan elektronik untuk mendapatkan spasi / ruang siar secara Cuma-Cuma atau yang berbiaya rendah.

3. Acara-acara Pers :

- a. Konferensi Pers (*Press Conference*)
- b. Resepsi Pers (*Press Reception*)
- c. Briefing Pers (*Press Briefing*)
- d. Kunjungan Media (*Media Visit*)
- e. Wawancara Pers

2) Melalui Bahan Cetak

- a. Jurnal Eksternal / Bulletin :

Berisi program dan kebijakan terbaru organisasi – diberikan kepada khalayak khususnya.

- b. Poster / Folder / Pamflet / Selebaran / Brosur.

Berisi program dan kebijakan terbaru organisasi dengan isi yang lebih singkat, padat serta gambar-gambar / foto-foto yang menunjang – untuk disebarkan pada masyarakat luas.

3) Melalui Penyediaan Sarana Konsultasi, Penyuluhan dan Pelatihan

- a. Penyediaan Sarana Konsultasi :

Biasanya dilakukan secara cuma-cuma bagi anggota masyarakat yang membutuhkannya dengan membuka saluran telepon hotline, kotak suara khusus, online e-mail ataupun kesempatan tatap muka dengan para konsultan.

- b. Program Penyuluhan :

Dilakukan secara cuma-cuma dengan mendatangi tempat-tempat yang perlu diberikan penyuluhan tentang program / kebijakan baru organisasi agar masyarakat lebih memahami dan lebih mudah menerima program / kebijakan baru tersebut.

c. Program Pelatihan :

Mengadakan program pelatihan secara cuma-cuma bagi anggota masyarakat yang memerlukannya.

4) Melalui Pengadaan Acara-acara Khusus

a. Seminar :

1. Mengadakan seminar baik secara cuma-cuma maupun dengan biaya.
2. Topik yang dipilih biasanya berkaitan dengan program/kebijakan baru organisasi agar khalayak khusus yang di undang untuk mengikuti seminar dapat lebih memahami dan menerima program / kebijakan baru dan sebagainya.

b. Pameran :

Mengikuti pameran yang berkaitan dengan program / kebijakan baru organisasi atau mengadakan sendiri pameran tersebut dengan tujuan agar masyarakat luas lebih memahami dan menerima program / kebijakan baru organisasi.

c. Pengumpulan Dana

1. Mengadakan suatu acara yang dirancang khusus untuk mengumpulkan dana dari masyarakat untuk menunjang kegiatan organisasi.
2. Acara tersebut dapat diselengi dengan berbagai hiburan seperti musik dan tarian agar lebih menarik.

4. *Evaluating* (evaluasi)

Pada tahap ini, pihak PR mengadakan penilaian terhadap program kerja yang telah dilaksanakan dan menilai apakah tujuan dari program tersebut sudah tercapai atau sesuai yang diharapkan.

Caranya dengan melakukan penelitian mengenai :

1. Program yang sudah dijalankan apakah sesuai dengan perencanaan.
2. Kelemahan atau hambatan-hambatan pelaksanaan program.
3. Mengetahui opini atau sikap dari khalayak, apakah sesuai dengan yang diharapkan.

3.5 Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Analisa kualitatif penulis gunakan untuk mengolah data yang sifatnya dapat diukur yang berwujud kasus-kasus atau pendapat-pendapat sehingga memerlukan penjabaran melalui uraian-uraian yang panjang.

Penelitian ini menggunakan teknik analisa data triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di

luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.³² Hal tersebut dapat dicapai dengan jalan :

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain seperti rakyat biasa.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

BAB IV

³² Moleong, Lexy. J, Metodologi Penelitian Kualitatif, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung : 2004 hal 330

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Dewan Nasional Indonesia Untuk Kesejahteraan Sosial

4.1.1 Sejarah Singkat Dewan Nasional Untuk Kesejahteraan sosial

Sejalan dengan perkembangan pembangunan kesejahteraan sosial di Indonesia pada tahun 1963 telah ada usaha dari perorangan maupun organisasi sosial untuk mendirikan suatu Badan Koordinasi sosial yang bersifat nasional dan non-politik dengan tujuan untuk mempersatukan semua potensi dalam bidang pembangunan kesejahteraan sosial yang masih terpencar tanpa ikatan kerjasama yang menyulitkan pengarahannya kegiatan-kegiatannya.

Pada tahun 1963 tersebut di Jakarta telah merintis suatu badan kerjasama antara panti-panti asuhan, yang kemudian pada tahun 1966 ditingkatkan menjadi Badan Pembina Koordinasi Kegiatan Sosial dengan surat keputusan Gubernur.

Pada tahun 1966 beberapa anggota Departemen Sosial dan PMI pada suatu konferensi ICSW (*International Council On Sosial Welfare*) didesak untuk mendirikan suatu organisasi sosial tingkat nasional dari pihak swasta sebagai counter part terhadap pemerintah.

Maka pada tanggal 17 juli 1967 oleh suatu kelompok sosiawan, terdiri dari anggota-anggota Departemen Sosial dan PMI ditanda tangani PIAGAM Pendirian Komite Nasional untuk Kesejahteraan

Sosial, yang kemudian namanya diganti menjadi Dewan Nasional untuk Kesejahteraan Sosial.

Setelah tersusun A.D. dan A.R.T. , Dewan Nasional untuk Kesejahteraan Sosial (DNIKS) diterima sebagai anggota penuh dari ICSW pada konferensi di Helsinki Agustus 1968.

Atas prakarsa Departemen Sosial, Menteri Sosial, Alm.Nr. Tambunan, pada bulan April 1970 diselenggarakan musyawarah nasional di Jakarta. Pada musyawarah tersebut, yang dihadiri oleh utusan-utusan organisasi-organisasi sosial dari berbagai latar belakang dan aliran, lembaga-lembaga pendidikan sosial dan BPKKS DKI JAKARTA DNKS menjadi DNIKS (Dewan Nasional Indonesia untuk Kesejahteraan Sosial) dan diakui sebagai wadah organisasi-organisasi sosial di bidang Kesejahteraan Sosial. Maka mulai musyawarah Nasional tahun 1970 mulai melangkah dalam menjalankan fungsinya sebagai forum nasional untuk menghimpun seluruh kegiatan dan potensi masyarakat dalam bidang kesejahteraan sosial tanpa membedakan faham politik, agama dan kepercayaan.

4.1.2 Bentuk, Warna, Dan Makna Lambang DNIKS



Untuk menggambarkan jati diri dan visi DNIKS disusun lambanng DNIKS. Bingkai lambang tersusun dari 45 buah mata rantai berwarna kuning emas yang saling berkaitan dan membentuk perisai segi lima berlatar warna hijau, dengan makna :

- a. Rantai melambangkan bahwa DNIKS adalah oganisasi tingkat nasional yang merupakan pemersatu organisasi yang bergerak di bidang kesejahteraan sosial dan pembangunan sosial dan angka 45 menunjukkan tahun kemerdekaan Negara Republik Indonesia.
- b. Bentuk perisai melambangkan bahwa DNIKS merupakan wahana untuk membina dan mengembangkan ketahanan sosial di bidang sosial budaya ;
- c. Bentuk segi lima melambangkan bahwa DNIKS adalah organisasi sosial yang berasaskan Pancasila.

Di dalam perisai segi lima tercantum tulisan DNIKS berwarna hitam, setangkai padi berwarna kuning emas dan setangkai bunga kapas berisikan delapan kuntum bunga kapas berwarna putih dan hijau tua, serta gambar kepulauan Indonesia di dalam bola dunia yang berwarna hitam putih dengan maksud :

- a. Tulisan DNIKS berwarna hitam merupakan akronim dari Dewan Nasional Indonesia untuk Kesejahteraan sosial. ;
- b. Setangkai padi berwarna kuning emas dan setangkai bunga kapas berwarna putih dan hijau tua melambangkan bahwa DNIKS

adalah organisasi swadaya masyarakat yang bergerak di bidang kesejahteraan sosial dan pembangunan sosial

- c. 17 butir padi dan delapan kuntum bunga kapas melambangkan angka tanggal dan bulan Proklamasi Kemerdekaan Negara Republik Indonesia ;
- d. Gambar kepulauan Indonesia melambangkan bahwa DNIKS adalah organisasi sosial bertingkat dan berwawasan nasional;
- e. Gambar bola dunia melambangkan bahwa DNIKS berwawasan global dan merupakan anggota dari Dewan Internasional untuk Kesejahteraan Sosial (International Council on Social Welfare), yaitu suatu organisasi dunia di bidang kesejahteraan sosial.

Di bawah perisai terdapat tulisan DEWAN NASIONAL INDONESIA UNTUK KESEJAHTERAAN SOSIAL berwarna hitam di atas sehelai pita berwarna kuning emas yang melambangkan bahwa DNIKS adalah pengikat solidaritas dan wadah komunikasi, konsultan, kerja sama kordinasi, forum dan jaringan kerja di bidang kesejahteraan sosial dan pembangunan sosial. Warna hijau muda pada dasar perisai melambangkan kesuburan pertumbuhan usaha kesejahteraan sosial dan pembangunan sosial di Indonesia. Warna kuning emas melambangkan bahwa DNIKS mempunyai visi dan tujuan yang luhur. Apabila secara teknis tidak memungkinkan untuk melukiskan lambang DNIKS dengan kombinasi warna-warna tersebut di atas, maka lambang tersebut dapat di lukiskan dengan warna hitam putih atau kuning emas.

Lambang DNIKS dicantumkan pada pataka, cap, sampul dan kepala surat resmi, lencana, piagam penghargaan, serta hal-hal lain yang ditetapkan oleh Majelis.

4.1.3 Visi, Misi, Tujuan dan Fungsi DNIKS

Visi

Terwujudnya masyarakat Indonesia yang maju sejahtera dan berkeadilan.

Misi

1. Berperan dalam pemberdayaan masyarakat di bidang kesejahteraan sosial dan pembangunan sosial.
2. Mengembangkan jejaring dan kemitraan di bidang kesejahteraan sosial dan pembangunan sosial tingkat nasional dan internasional.

Tujuan

1. Mewujudkan pemberdayaan organisasi anggota dalam Kesejahteraan Sosial dan Pembangunan Sosial.
2. Mewujudkan sistem jaringan kerjasama kemitraan yang melembaga di bidang upaya Kesejahteraan Sosial dan Pembangunan Sosial.
3. Mewujudkan kemitraan setara dan kerjasama yang harmonis di bidang Kesejahteraan Sosial dan Pembangunan Sosial.
4. Mewujudkan Advokasi kepentingan organisasi anggotanya.

Fungsi

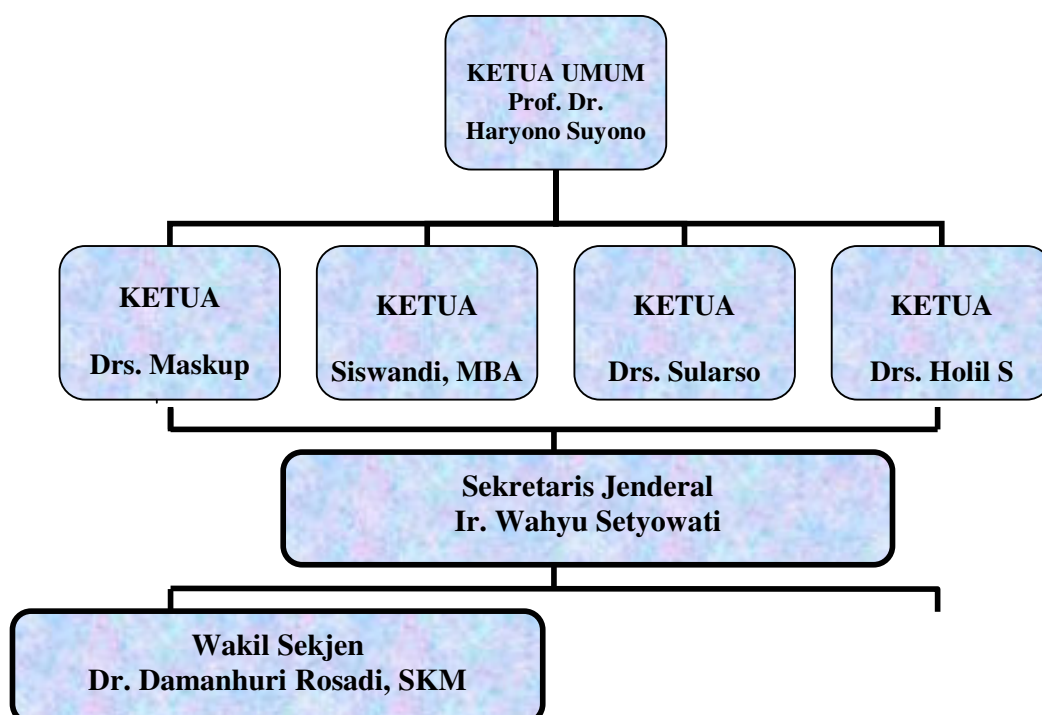
1. Memperjuangkan kebijakan tentang Kesejahteraan Sosial dan Pembangunan sosial yang berkeadilan.
2. Mengkoordinasikan upaya Kesejahteraan Sosial dan Pembangunan sosial yang dilaksanakan oleh organisasi anggota DNIKS maupun anggota masyarakat lainnya.
3. Memfasilitasi komunikasi, forum, dan jaringan kerja di bidang Kesejahteraan Sosial dan Pembangunan sosial.
4. Memberdayakan dan memajukan organisasi anggotanya serta memfasilitasi bantuan teknis.

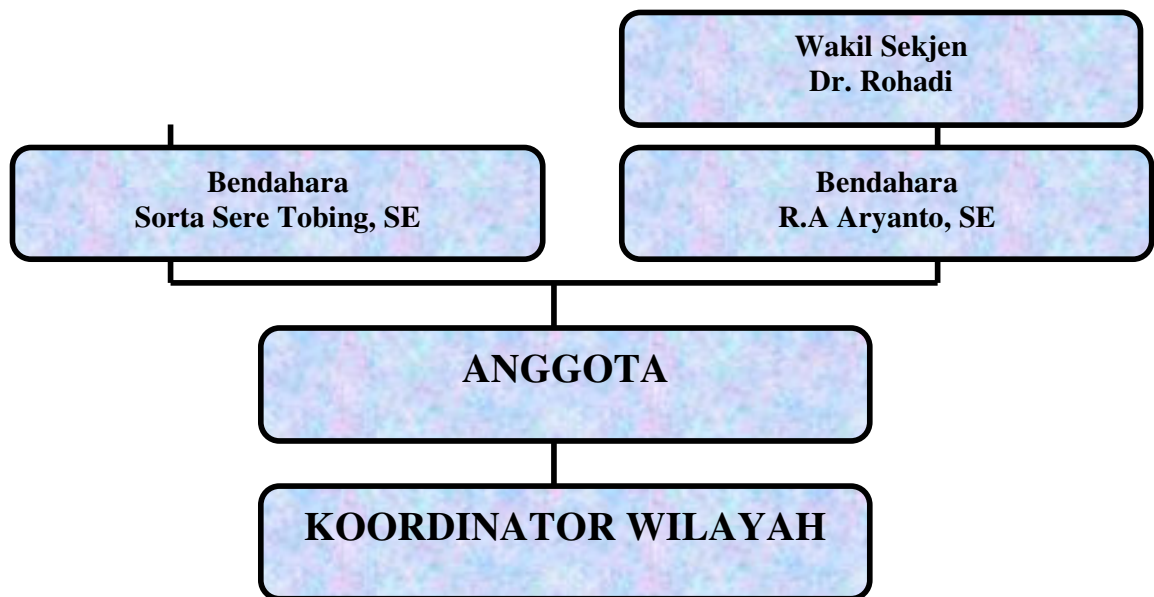
4.1.4 Kegiatan-kegiatan yang telah dan sedang dikerjakan DNIKS

1. Bidang Kesejahteraan Anak, Remaja dan Keluarga.
2. Bidang Kesejahteraan Penyandang Cacat.
3. Bidang Kesejahteraan Lanjut Usia.
4. Bidang Pengembangan Masyarakat.
5. Pengembangan Pekerja Sosial dan Tenaga Sukarela.
6. Penataran, Pelatihan (training), Lokakarya, Seminar.
7. Penyuluhan Dokumentasi dan Informasi serta Penerbitan.
8. Penggalan, Pengelolaan, Pemanfaatan dan pertanggung jawaban Dana.
9. Hubungan Masyarakat.
10. Kerjasama dengan Pemerintah.

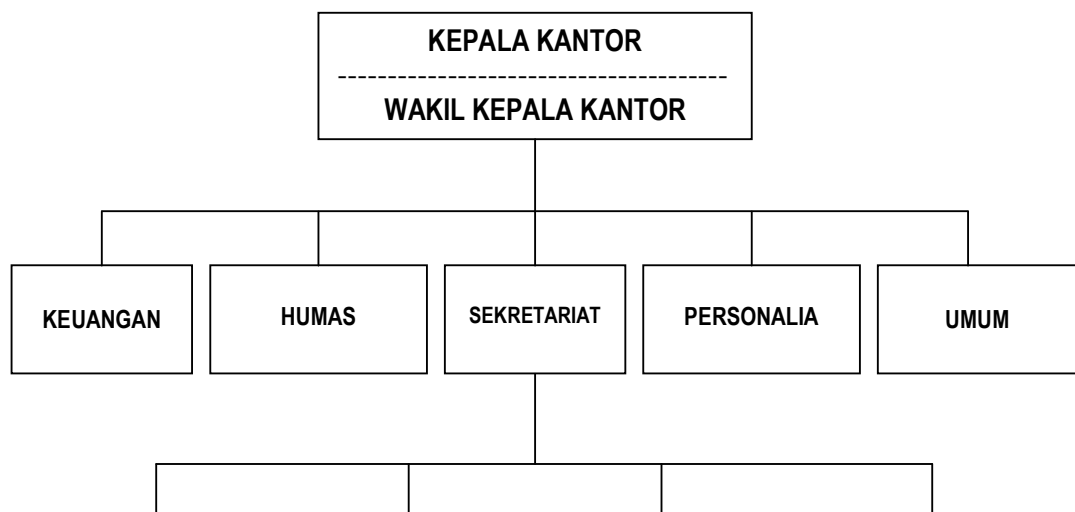
11. Kegiatan Internasional dan Hubungan / Kerjasama Luar Negeri.

4.1.5 Struktur Organisasi DNIKS





4.1.6 STRUKTUR KEPEGAWAIAN DNIKS



PENGALANGAN DANA ORSOS KERJASAMA DALAM NEGERI	JARINGAN KERJA PEMBINAAN ANGGOTA KOORDINASI KERJASAMA LUAR NEGERI	TATA USAHA SURAT MENYURAT FILING KETIK MENGETIK	KEBIJAKAN BKKKKKS RAPAT - RAPAT
--	--	--	--

4.1.7 *JOB DESCRIPTION*

A. HUMAS

Humas adalah bagian integral dari suatu instansi dengan fungsi dan tugas membangun, menjaga, mengembangkan, mempertahankan citra serta memperbaiki citra lembaga/instansi apabila mengalami krisis. Humas sebagai juru bicara lembaga/instansi harus memahami kebijaksanaan pimpinan. Humas mempunyai peranan penting sehingga perlu diberi wewenang penuh mewakili pimpinan dan memberikan penjelasan-penjelasan mengenai segala sesuatu tentang fungsi, tugas

dan kebijaksanaan instansinya. Mengingat peran dan pentingnya tugas humas selayaknya struktur humas ditempatkan pada posisi yang dekat dengan pimpinan. Selain itu Humas DNIKS sesuai fungsi dan peranannya didalam memberikan informasi baik kegiatan DNIKS maupun mitra kerjanya berusaha, menerbitkan atau bekerja sama dengan organisasi sosial melalui berbagai kegiatan antara lain:

1. Penerbitan warta DNIKS dua bulan sekali dikirim kepada ; pelindung DNIKS, Penyantun DNIKS, Penasihat DNIKS, Jajaran Depsos, Gubernur seluruh Indonesia, Humas-humas seluruh Departemen, BUMN dan Petinggi Negara yang tergabung dalam Bakohumas, Kanwilsos, BKKKS, Orsos Nasional, Orsos Luar Negeri, KKKS, PMD, Kandepsos, Dinas Sosial, dan seluruh Departemen serta Yayasan/Panti Asuhan.
2. Pembuatan dokumentasi foto baik kegiatan di kantor maupun diluar kantor terutama untuk bahan pembuatan warta DNIKS.
3. Membantu pelaksanaan 50 tahun Asih Budi, Menghadiri Forum komunikasi Bakohumas Departemen Kehutanan, menghadiri konferensi Pers pada Hari Sensitivitas Penyandang Cacat di Gedung Japan foundation.

Sesuai fungsi dan perannya serta arahan dan kebijakan pengurus Majelis, Humas telah melaksanakan tugasnya antara lain:

- a. Pembuatan Leaflet DNIKS, Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris.

- b. Pembuatan Booklet DNIKS, Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris.
- c. Pembuatan Warta DNIKS.
- d. Pembuatan klipring Koran dan majalah (Kompas, Republika, dan Majalah tempo).
- e. Pembuatan dokumentasi foto baik kegiatan di DNIKS maupun di luar terutama yang dihadiri oleh pengurus Majelis atau kegiatan anggota yang memungkinkan untuk dihadiri.
- f. Mengikuti / menghadiri kegiatan forum kehumasan maupun lokakarya baik yang diselenggarakan anggota BAKOHUMAS maupun BAKOHUMAS pusat.

B. SEKRETARIAT

Sekretariat DNIKS melaksanakan kegiatan rutin seperti membuat konsep surat, pengetikan, pengadaan, penerimaan surat masuk dan dicatat di buku agenda surat masuk serta mencatat surat keluar di buku agenda surat keluar. Disamping pekerjaan rutin menyampaikan informasi kepada pengurus DNIKS yang diterima melalui telepon. Disamping hal tersebut mencatat kegiatan pengurus DNIKS serta melaksanakan pengiriman surat, pengaturan tamu/rapat dan lain-lain.

Jenis Surat Masuk :

- 1. Undangan
- 2. Pemberitahuan
- 3. Permohonan Bantuan

4. Laporan
5. Permohonan
6. Ucapan Terima Kasih
7. Dan lain-lain

Jenis Surat Keluar :

1. Undangan
2. Pemberitahuan
3. Permohonan Bantuan
4. Laporan
5. Permohonan Audiensi
6. Ucapan Terima Kasih
7. Dan lain-lain

C. RUMAH TANGGA

1. Belanja rutin keperluan rumah tangga dan ATK setiap bulan.
2. Perbaikan inventaris barang-barang kantor jika ada yang rusak.
3. Membantu pelaksanaan kegiatan foto copy.
4. Membantu pelaksanaan kebersihan kantor.
5. Mengontrol pemakaian listrik, air PAM dll.
6. Membuat absensi karyawan & Persiapan rapat-rapat.

4.2 Hasil Penelitian

Untuk mendapatkan data dan informasi yang berkaitan dengan tujuan dan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi PR DNIKS

dalam meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat kepada pihak eksternal. Maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam (depth interview) kepada pihak yang terkait yaitu kepada Public Relations Drs. H Chaerudin. Wawancara ini dilakukan penulis di kantor DNIKS di Jln. Tanah Abang Timur 15 Jakarta pusat, pada hari jumat, tanggal 28 Desember 2007. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan data kualitatif sesuai dengan metode penelitian studi kasus dan diuraikan secara deskriptif, sebagai berikut :

4.2.1 Strategi Komunikasi Public Relations DNIKS Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Penyandang Cacat

Strategi komunikasi sangat penting untuk membangun citra positif dari perusahaan atau lembaga. Selain itu, strategi komunikasi akan mendorong prinsip-prinsip yang terkandung dalam visi misi organisasi atau perusahaan. Skala prioritas dari sumber daya yang dimiliki organisasi juga dapat diarahkan. Atas dasar itu, suatu komunikasi yang tepat adalah cara berkomunikasi secara efektif dengan masyarakat melalui cara yang tepat. Dengan pendekatan ini manajemen suatu organisasi harus mampu mengubah suatu masalah menjadi peluang.

Dalam mengawali pembicaraan yang diajukan penulis, kepada Drs. H. Chaerudin tentang strategi yang digunakan oleh DNIKS, Chaerudin mengatakan :

“ Sesuai dengan visi misi organisasi yaitu mewujudkan masyarakat Indonesia yang maju sejahtera dan berkeadilan. Maka DNIKS membuat strategi meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat dalam jangka panjang dan memanfaatkan media komunikasi dengan tujuan menginformasikan dan mempengaruhi dukungan masyarakat “. ³³

Proses kegiatan PR selalu diawali dan diakhiri dengan penelitian atau riset. Hal ini dikarenakan pelaksanaan komunikasi PR, tidak hanya sekedar melakukan komunikasi yang tanpa arah dan tujuan, melainkan mempunyai tujuan yang jelas dan pasti. Maka strategi komunikasi yang efektif harus dilaksanakan dengan melalui empat langkah.

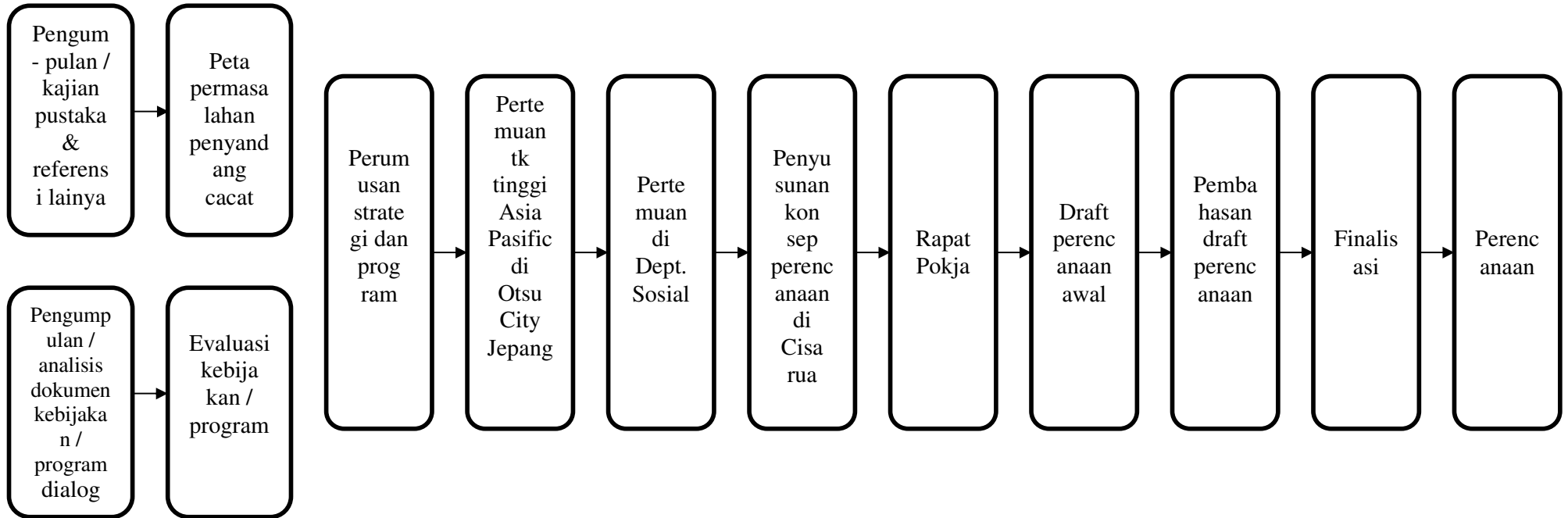
4.2.2 Fact Finding (Pengumpulan Data dan Fakta)

Sebelum menentukan strategi apa yang akan digunakan PR DNIKS terlebih dahulu mengkaji mengenai data serta fakta terlebih dahulu. Untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh penyandang cacat, dapat melalui wawancara, pemantauan berita-berita di media massa baik media cetak maupun media elektronik, membaca berbagai literatur, dan menghadiri berbagai diskusi.

Tahapan pengumpulan data dapat dilihat gambar I.

³³ Wawancara dengan Chaerudin (Kepala Humas)

Gambar I
Alur Penyusunan
Pengumpulan Data dan Fakta



Dari data yang diperoleh dihasilkan suatu permasalahan terhadap penyandang cacat yaitu :

1. Rendahnya tingkat pendidikan.
2. Semakin tingginya tingkat pengangguran.
3. Aksesibilitas terhadap penyandang cacat.
4. Tingkat kesehatan yang rendah.

Laporan WHO :

Negara	Permasalahan	%
Indonesia	Tidak Sekolah	96,28 % (1.444.164)
India	Tidak Bekerja	74 %
Filipina	Tidak Sekolah	20 %

Tinjauan Global Tentang Kecacatan :

1. 550 juta penduduk dunia adalah penyandang cacat.
2. 80 % tinggal di Negara sedang berkembang.
3. 33 % adalah anak-anak.
4. 80 % tinggal dipedesaan.
5. 55 % anak cacat berada dalam kemiskinan.
6. Di beberapa Negara, 90 % tak mampu bertahan hingga 20 tahun.
7. 90 % anak tuna grahita tak mampu bertahan hingga 5 tahun.
8. WHO mengestimasi 98 % penyandang cacat tidak memperoleh layanan kesehatan sosial secara gratis.

Hasil analisis digunakan untuk merumuskan tujuan komunikasi, antara lain :

1. Menginformasikan kepada masyarakat luas khususnya penyandang cacat.
2. Terwujudnya dukungan politis dari para pengambil kebijakan, para aktivis LSM, tokoh masyarakat, dan agama, serta para ahli di bidang kecacatan dalam upaya peningkatan kesejahteraan penyandang cacat.
3. Terciptanya dukungan informal bagi penyandang cacat dengan tetap memelihara dan memperkuat dukungan keluarga dan masyarakat terhadap penyandang cacat.
4. Terciptanya dukungan formal bagi penyandang cacat dengan meningkatkan perbaikan pelayanan kesehatan dan pengembangan sistem perlindungan dan jaminan sosial penyandang cacat.
5. Terwujudnya penguatan kelembagaan di bidang kecacatan dengan meningkatkan kerja sama inter-antar sektor di tingkat nasional dan internasional.
6. Berperannya penyandang cacat dalam kehidupan keluarga, masyarakat, bangsa dan negara.
7. Terwujudnya acuan bagi semua stakeholder pusat dan seluruh pemerintah daerah propinsi dan kabupaten / kota dalam meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat.

Chaerudin mengatakan bahwa :

“Setelah data diperoleh dengan seakurat mungkin, tahap berikutnya yaitu membuat dan memilih strategi yang tepat dan menjadi prioritas”.

Pengumpulan data ini dapat memberikan gambaran umum mengenai situasi dan permasalahan yang ada. Setelah itu PR DNIKS membuat program terencana agar tujuan dan arahnya jelas.

4.2.3 Perencanaan

Perencanaan strategi merupakan proses pemilihan tujuan perusahaan, penentuan kebijakan dan program yang perlu untuk mencapai sasaran tertentu dalam rangka mencapai tujuan. Dan penetapan mode yang perlu untuk menjamin agar kebijakan dan program strategis tersebut terlaksana. Maka sangatlah penting peran PR bagi organisasi / perusahaan.

Penyusunan kegiatan tersebut haruslah berdasarkan data dan fakta yang ada. Chaerudin mengemukakan :

“ Tujuan dari adanya perencanaan dalam strategi komunikasi ini adalah untuk menyebarkan informasi dan mempengaruhi dukungan / kesadaran masyarakat “.

Untuk mencapai tujuan dilakukan dengan berbagai bentuk komunikasi baik komunikasi secara verbal (seminar, penyuluhan,

pelatihan, konsultasi, dan lain-lain) maupun non verbal (media cetak dan media elektronik).

Berikut ini adalah tahap-tahap pelaksanaan PR DNIKS yang akan digunakan dalam pencapaian tujuan :

1. Menyelenggarakan komunikasi, konsultasi, kerja sama dan jaringan kerja di bidang kesejahteraan sosial dan pembangunan sosial dengan pihak-pihak terkait ; baik pemerintah maupun non pemerintah, luar maupun dalam negeri.
2. Memberikan pelatihan dan program pemberdayaan yang tepat agar penduduk dengan kecacatan dapat menjadi tenaga professional yang bermutu.
3. Melakukan adaptasi bahan-bahan pelatihan agar bisa memenuhi kebutuhan dari penyandang cacat yang ingin mendapatkan pekerjaan dengan kualifikasi yang diisyaratkan.
4. Meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab masyarakat untuk memberi perlakuan yang adil kepada penyandang cacat dengan memberikan kesempatan mendapatkan pelatihan dan pemberdayaan untuk memperoleh kualifikasi yang diisyaratkan.
5. Mengembangkan langkah-langkah konkrit untuk memperbaiki kondisi penyandang cacat sehingga lebih hidup dengan mandiri.

Perencanaan strategi PR merupakan suatu proses pengorganisasian jangka panjang dari berbagai fakta, sumber informasi menyangkut sesuatu kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh lembaga bersangkutan, hingga pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen kehumasan yang aktivitasnya untuk menangkap “peluang yang ada” secara langsung atau tidak langsung bertujuan menciptakan persepsi atau kesan-kesan yang positif, baik diberikan secara individual maupun penilaian opini public yang menguntungkan terhadap lembaga organisasi, nama perusahaan dan produk-produknya di masa-masa mendatang yang penuh dengan resiko ancaman persaingan (competitor)

Strategi ini tidak hanya dijalankan oleh public relations DNIKS, tetapi juga melibatkan pemerintah dan pemerhati (yayasan / panti) untuk mengembangkan program dengan dukungan dana.

4.2.4 Komunikasi

Setelah planning atau perencanaan dibuat, maka selanjutnya adalah mengkomunikasikan dalam bentuk kegiatan dengan memanfaatkan media komunikasi sebagai penyebaran informasi.

Strategi komunikasi yang dilakukan dalam meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat adalah sebagai berikut :

1. Konferensi Pers

Mengadakan konferensi pers sekaligus mengadakan kegiatan hari Sensitifitas Penyandang Cacat yang diadakan di

Auditorium kantor Japan Foundation, Summitmas Jakarta. Dengan mengundang beberapa media diantaranya Media Indonesia, Kompas, Jawa Post, Suara Pembaruan, TVRI, Trans TV, Jak TV, RRI, dan Indosiar. Selain media juga mengundang 80 siswa sekolah dasar umum, 20 siswa sekolah dasar penyandang cacat, Komnas HAM, Departemen Sosial, Departemen Perhubungan, Departemen Pariwisata, Departemen Pekerjaan Umum, Departemen Kesehatan, Departemen teknis terkait lainnya dan Handicap International (HI).

Kegiatan ini bermaksud mengajak masyarakat untuk belajar mengenal dan menghargai perbedaan, khususnya perbedaan antara mereka yang menyandang kecacatan dengan mereka yang tidak menyandang kecacatan, melalui permainan dan simulasi yang dilakukan oleh para siswa. Penyelenggaraan konferensi pers ini menandai dimulainya penandatanganan Konvensi Internasional tentang perlindungan dan peningkatan hak dan martabat penyandang cacat oleh negara-negara anggota PBB di New York.

2. Seminar

Seminar mengenai “Kewirausahaan dan Manajemen bagi penyandang cacat “ di lokasi Sumatera Utara, Sulawesi Selatan, Jawa Barat, DKI, Jawa Timur, Jawa tengah,

Sumatera Selatan pada periode 2007. Dengan mengundang penyandang cacat dan pengusaha. Dengan tujuan untuk membuka wawasan penyandang cacat dalam berwiraswasta dan manajemen usaha. Selain itu diberikan pelatihan teknik melobby untuk mendapatkan modal koperasi pemerintah maupun swasta.

3. Lokakarya

Mengadakan lokakarya mengenai Quota 1 % tenaga kerja penyandang cacat di Hotel Horison Bekasi pada tanggal 3 Desember 2007. Dengan mengundang pemerintah, pengurus LPTKP (Lembaga Pemberdayaan Tenaga Kerja Penyandang Cacat), lembaga jaringan kerja, dan pengusaha. Kegiatan ini bertujuan agar penyandang cacat diberikan kesempatan untuk diterima bekerja pada sector pemerintah dan swasta. Sesuai dengan surat edaran Badan Kepegawaian Negara No.K.26-20 / U-S-39 / 48 tentang pengangkatan penyandang cacat menjadi pegawai negeri dan surat edaran Menteri Sosial RI No. 001 / PR / XII – 4 / SE. MS tertanggal 9 desember 2004 tentang penerimaan tenaga kerja penyandang cacat di sektor pemerintah dan swasta.

5. Sosialisasi Keterampilan dan Hasil produksi penyandang cacat

Sosialisasi ini bertujuan untuk memasyarakatkan keterampilan dan memasarkan hasil karya penyandang cacat kepada masyarakat konsumen secara nasional dan internasional. Dengan mengundang masyarakat luas.

Komunikasi dengan penyandang cacat tidaklah mudah dibutuhkan alat atau keahlian khusus. Contohnya tuna rungu membutuhkan pemandu bahasa isyarat, running teks atau media cetak. Tetapi tidak semua tuna rungu mengerti bahasa isyarat yang standart. Tuna netra dengan menggunakan huruf Braille untuk membaca media cetak.

4.2.4.1 Khalayak

Khalayak yang menjadi sasaran utama dari strategi komunikasi PR dalam meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat adalah untuk pihak eksternal yaitu masyarakat luas, pengusaha, media massa, instansi pemerintah dan khususnya penyandang cacat.

4.2.4.2 Media Komunikasi

Strategi komunikasi PR yang dilakukan dengan bantuan media diantaranya media cetak, media elektronik, penyediaan

sarana konsultasi, penyuluhan, pelatihan, seminar dan pengadaan acara-acara khusus lainnya.

Berikut ini adalah bentuk komunikasi yang digunakan dalam meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat dengan tujuan menginformasikan dan mempengaruhi dukungan / kesadaran masyarakat. Sesuai dengan observasi penulis selama periode awal Januari sampai dengan Desember 2007, diantaranya :

1. Konferensi Pers.
2. Seminar.
3. Lokakarya.
4. Sosialisasi.

Menurut Chaerudin selaku PR mengatakan :

“Media adalah alat komunikasi yang tepat untuk menyebarkan informasi dengan khalayak yang lebih luas”.

Sementara itu komunikasi eksternal dilakukan upaya untuk menciptakan persepsi bagi khalayak melalui media massa. Hal ini diperkuat dengan pernyataan dari wartawan media elektronik yang menerangkan bahwa :

“Humas LSM DNIKS beserta pendukung lainnya melakukan konferensi Pers serta dibagikan press release kepada media-media untuk dijadikan berita”.³⁴

³⁴ Wawancara dengan wartawan media elektronik (Indosiar dan Trans TV)

Dari pelaksanaan program komunikasi serta observasi yang dilakukan. Analisa penulis menyimpulkan bahwa program tersebut cukup efektif untuk mengajak masyarakat mengenal dan menghargai perbedaan, memberikan perlindungan dan peningkatan hak dan martabat penyandang cacat, mempengaruhi dukungan masyarakat terutama pengusaha dan instansi pemerintah memberikan kesempatan mendapatkan pekerjaan, membuka wawasan penyandang cacat dalam berwiraswasta dan manajemen umum. Dengan pelaksanaan program tersebut, tujuan PR DNIKS dalam meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat terlaksana sesuai dengan rencana.

4.2.5 Evaluasi

Tahap yang terakhir dari strategi yaitu evaluasi. Evaluasi ini dimaksudkan untuk mengukur keberhasilan dan kekurangan pada setiap strategi yang digunakan dan untuk terus meningkatkan kualitas strategi yang telah digunakan. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan dalam meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat pada pihak eksternal. Dilakukan dengan mengukur banyak sedikitnya liputan yang dilakukan oleh media cetak dan elektronik berdasarkan volume kolom atau lamanya waktu siar.

Kesadaran khalayak terhadap kesejahteraan penyandang cacat juga dapat diukur melalui suatu pengumpulan pendapat. Hal

ini dilakukan dengan mewawancarai sejumlah sampel dari khalayak yang relevan.

Hasil dari pelaksanaan strategi yang dilakukan PR DNIKS belum maksimal dan hasilnya tidak sesuai dengan harapan. Hanya beberapa yang berhasil, misalnya kebijakan-kebijakan tentang undang-undang perlindungan dan kesamaan hak atas penyandang cacat, dibuatnya jalur akses Busway khusus penyandang cacat dan lansia, membuka lapangan pekerjaan sebagai pegawai negeri sipil walau hanya penyandang cacat tertentu dan penerimaan pekerja di PT. Indosiar Visual Mandiri.

Chaerudin mengatakan :

“Hasil yang kita inginkan tidak sesuai dengan yang direncanakan. Ada beberapa faktor yang menjadi hambatan dalam kegiatan ini yaitu pesan yang disampaikan tidak sampai kepada khalayak artinya kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap penyandang cacat masih sangat rendah”.

4.3 Analisa Data

Bedasarkan hasil penelitian dan sesuai dengan tujuan penelitian, bahwa penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi komunikasi public relations dalam meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat kepada pihak eksternal.

Untuk mengembangkan suatu program humas organisasi kesejahteraan sosial, adalah penting mengetahui tentang organisasi, tujuan, pelayanan, pelaksanaan dan kebijaksanaan. Maka dari itu peran humas sangat penting dalam membuat, melaksanakan dan menerapkan setiap strategi atau program-program dalam mengkomunikasikan program atau aktivitas melalui pemanfaatan semua media kepada public. Untuk meningkatkan pengertian dan penerimaannya terhadap organisasi.

Strategi *public relations* merupakan bagian dari strategi manajemen, istilah strategi manajemen sering pula disebut rencana strategi atau rencana jangka panjang perusahaan. Rencana jangka panjang inilah yang menjadi pegangan bagi praktisi PR untuk menyusun berbagai teknis dan langkah komunikasi yang akan diambil. Untuk dapat bertindak secara strategis kegiatan humas harus menyatu dengan visi dan misi perusahaan agar dapat memberi kontribusi kepada rencana jangka panjang.

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan dalam perencanaan dan pembuatan strategi komunikasi. Pihak PR DNIKS didasari oleh empat tahapan perencanaan manajemen humas yaitu, fact finding, planning, communications dan evaluating.

Menurut Chaerudin alasan PR DNIKS menggunakan strategi komunikasi yaitu untuk mengubah perilaku masyarakat dan membentuk citra positif dengan mengembangkan ide-ide kreatif dan mempertimbangkan aspek kekurangan atau meminimalisirkan kendala yang akan dihadapi dalam pelaksanaan tersebut.

PR DNIKS melakukan langkah-langkah yang menjadi landasan dalam perencanaan dan program kerja manajemen strategi PR, yaitu melakukan analisis untuk mengetahui permasalahan penyandang cacat dengan melalui metode pengumpulan pendapat melalui wawancara, pemantauan berita-berita di media massa baik media cetak maupun media elektronik, membaca berbagai literatur dan menghadiri berbagai diskusi. Tahap pengumpulan data ini sebagai bahan kajian pertimbangan sebelum masuk tahap perencanaan.

Dari data dan informasi tersebut maka analisa peneliti tentang strategi komunikasi PR yang dilakukan DNIKS dalam meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat, yaitu :

1. Konferensi pers dengan tujuan menginformasikan tentang penandatanganan konvensi internasional tentang perlindungan dan peningkatan hak dan martabat penyandang cacat oleh negara-negara anggota PBB di New York.
2. Lokakarya mengenai kebijakan Quota 1 persen tenaga kerja penyandang cacat. Tujuannya yaitu menginformasikan dan mempengaruhi dukungan / kesadaran masyarakat dalam kebijakan tersebut.
3. Seminar “Kewirausahaan dan Manajemen bagi penyandang cacat”. Kegiatan ini diharapkan penyandang cacat dapat membuka wawasan dalam berwirausaha dan manajemen usaha.

4. Sosialisasi keterampilan dan hasil produksi penyandang cacat dimaksudkan dengan pengkomunikasian kepada public eksternal untuk memasarkan hasil karya penyandang cacat secara nasional dan internasional.

Kegiatan ini ditujukan agar penyandang cacat mendapatkan hak dan kesempatan yang sama dalam aspek kehidupan dan penghidupan melalui berbagai bentuk komunikasi dengan tujuan menginformasikan dan mempengaruhi dukungan / kesadaran masyarakat. Selain itu untuk menginformasikan kepada public tentang organisasi, tujuan, pelayanan, pelaksanaan dan kebijaksanaan. Sehingga menciptakan persepsi atau opini serta menciptakan citra dan identitas perusahaan.

Arti penting *Public Relations* sebagai sumber informasi terpercaya kian terasa pada era globalisasi dan “Banjir Informasi” seperti saat ini. Defenisi Humas yang telah ditetapkan pada pertemuan asosiasi-asosiasi humas seluruh dunia di *Meksiko City*, Agustus 1978 menyatakan bahwa humas adalah suatu seni sekaligus disiplin ilmu social yang menganalisis berbagai kecenderungan, memprediksikan setiap kemungkinan konsekuensi dari setiap kegiatannya, memberi masukan dan saran-saran kepada para pemimpin organisasi, dan mengimplementasikan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan atau kepentingan khalayaknya. Khalayak yang dimaksud adalah public internal pada organisasi nonprofit yaitu para donator / pemberi dana, dewan direksi, keluarga dari para anggota organisasi, calon karyawan /

calon anggota organisasi atau calon sukarelawan. Dan public eksternal organisasi nonprofit adalah klien / pengguna layanan organisasi, media massa, calon donator potensial, pemerintah, masyarakat sekitar organisasi, para pembentuk opini (*opinion leaders*), mitra usaha dan pemasok barang/jasa, masyarakat umum.

Public relations DNIKS juga melakukan evaluasi dari program strategi yang telah dilaksanakan. Evaluasi hasil yang dilakukan oleh PR DNIKS yaitu mengukur liputan media cetak dan media elektronik berdasarkan volume kolom atau lamanya waktu siar, dan juga bisa berdasarkan jumlah khalayak pendengar, pemirsa atau pembaca. Selain itu, kesadaran khalayak terhadap penyandang cacat diukur melalui suatu pengumpulan pendapat atau mewawancarai sejumlah sampel dari khalayak yang relevan. Hal tersebut sesuai dengan data dan observasi yang penulis lakukan. Dengan evaluasi ini kita dapat ketahui seberapa jauh keberhasilan PR DNIKS dalam strategi komunikasi yang digunakan.

Pada intinya tujuan PR DNIKS dalam melakukan strategi komunikasi yaitu meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat pada bidang kesehatan, pendidikan dan lapangan pekerjaan. Karena hal tersebut yang menjadi penyebab permasalahan penyandang cacat. Strategi komunikasi yang dilakukan PR DNIKS dengan penyebaran pesan melalui berbagai media massa dan teknik komunikasi atau pengadaan acara-acara khusus lainnya.

Penulis menilai upaya yang di jalankan oleh PR DNIKS cukup efektif dari segala bentuk strategi, sesuai dengan konsep dan peran humas. Namun hasilnya tidak sesuai dengan yang di harapkan. hal ini diperkuat dengan pernyataan dari beberapa penyandang cacat yang menerangkan bahwa :

“ Masyarakat dan pemerintah masih kurang peduli dengan penyandang cacat. Misalnya masih ada diskriminasi pada lapangan pekerjaan yang tidak memperbolehkan penyandang cacat untuk mendapatkan pekerjaan “.

Dari pelaksanaan program komunikasi serta observasi yang dilakukan, penulis menyimpulkan program-program yang dilaksanakan belum sempurna yaitu pesan yang disampaikan tidak sampai kepada khalayak artinya kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap penyandang cacat masih sangat kurang. Chaerudin mengatakan :

“ Walau kegiatan ini belum sesuai yang direncanakan, DNIKS masih tetap akan memperjuangkan hak asasi penyandang cacat dengan melakukan berbagai macam kegiatan “.

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi komunikasi *public relations* yang dijalankan oleh DNIKS dalam meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat yaitu melakukan pengkajian mengenai data serta fakta untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh penyandang cacat. Melalui metode pengumpulan pendapat melalui wawancara, pemanataan berita-berita di media massa baik media cetak maupun media elektronik, membaca berbagai literatur dan menghadiri berbagai diskusi. Tahap pengumpulan data ini sebagai bahan kajian pertimbangan sebelum masuk tahap perencanaan.
2. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh *public relations* DNIKS yaitu didasari oleh empat tahapan perencanaan manajemen public relations yaitu *fact finding, planning, communications dan evaluating*.
3. Strategi komunikasi dilakukan dengan tujuan untuk menginformasikan dan mempengaruhi dukungan masyarakat khususnya penyandang cacat melalui pemanfaatan media komunikasi yaitu media cetak, media elektronik, pelatihan,

penyuluhan, konsultasi dan lain-lain. Serta dalam upaya membangun citra positif dari perusahaan atau lembaga. Selain itu, strategi komunikasi akan mendorong prinsip-prinsip yang terkandung dalam visi misi DNIKS.

4. Media yang digunakan dalam melaksanakan strategi komunikasi tersebut terhadap khalayak eksternal khususnya penyandang cacat yaitu memanfaatkan media cetak maupun media elektronik sebagai alat dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat untuk mempengaruhi dukungan terhadap masyarakat. Selain itu, juga melakukan pengadaan acara-acara khusus seperti seminar, sosialisasi, dan lokakarya.

5.2 SARAN

A. Praktis

Penulis juga memberi beberapa saran dan masukan mengenai strategi yang telah dijalankan public relations DNIKS terhadap khalayak eksternal khususnya penyandang cacat. Strategi tersebut akan lebih efektif dan efisien jika dilakukan secara kontinyu berupa suatu event seperti seminar, event sosial, penyuluhan, pelatihan, lokakarya, sosialisasi dan pengadaan acara-acara khusus lainnya. Selain itu juga melakukan upaya kemungkinan hambatan atau kendala yang akan dihadapi dalam pelaksanaan tersebut. Program ini berupaya untuk mempengaruhi dukungan dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan kesejahteraan penyandang cacat. Serta dapat membuka wawasan dan memberikan keterampilan terhadap penyandang cacat. Maka sangatlah penting peran dan fungsi humas terhadap perencanaan strategis.

B. Akademis

Penelitian ini adalah sebagai upaya bagi mahasiswa komunikasi khususnya public relations untuk meninjau kinerja public relations dalam melaksanakan strategi komunikasi PR sesuai dengan fungsi dan peran PR itu sendiri. Hal ini sangat bermanfaat bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu yang telah didapat mengenai strategi komunikasi PR yang merupakan suatu bentuk dari kegiatan dalam dunia kehumasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, Scott M, Allen H. Center, dan Glen M. Broom. *Efektive Public Relations*, edisi : 8
- Diana Gita, Modul : Humas Dalam Pemerintahan.
- Direktorat Hubungan Informasi Antar Lembaga Pemerintah Pusat. *Bunga Rampai Kehumasan*, Edisi No.1 / 2003.
- Direktorat Jenderal Pelayanan dan rehabilitasi Sosial. *Rencana Aksi Nasional Penyandang Cacat (2004-2013)*.
- F Rachmadi, *Public Relations Dalam Teori Dan Praktek* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1994).
- Frank Jefkins, *Public Relations*, Jakarta : Erlangga, 1996.
- Imam Slamet, *Diktat Azas-azas Publicity*, Grafika bandung.
- Iriantara, Yosol : *Manajemen Strategis PR*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Jalaludin Rahmat. *Metode Penelitian komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung. 2000.
- James A.F.Stoner, *Manajemen* Edisi : Kedua, Jakarta 1992.
- Lawrence W Nolte and Dennis L Wilcox. “*effective publicity*’ *How to reach the public by John Ewiley and Sons, Inc* 1984.
- M. Linggar Anggoro. *Teori dan profesi Kehumasan*, Jakarta : Bumi Aksara, 2002.
- Narbuko, Cholid, dan H. Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*, Bumi Aksara, Jakarta : 1997.
- Richard D Irwin. *Introduction to Advertising and Promotion an Integrated Marketing Communications perspective* (Inc, 1990).
- Seitel , Fraser P. *The Practice Of Public Relations*, edisi 9 (Upper Saddle River, New Jersey : Pearson Education, Inc., 2004).
- S.K. Bonar. *Hubungan Masyarakat Modern*, Rineka Cipta, Jakarta, 1993.
- Ton Kertapati. *Bunga Rampai Azas-azas Penerangan dan Komunikasi* (Jakarta : PT Bima Aksara).
- Wawancara dengan Chaerudin (Kepala Humas)
- Wawancara dengan wartawan media elektronik (Indosiar dan Trans TV)
- Website, *Artikel Dradio 103,4 FM*. 16 Maret 2007.
- Wilcox, Dennis L. , Philip H. Ault dan Warren K. Agee. edisi 4 (New York : Harper Collins Coltege publisher, 1995).

DRAFT WAWANCARA

Untuk Pihak Eksternal Penyandang Cacat

Status Sosial

- 1. Nama : Hanief**
 - 2. Jenis Kelamin : Laki-laki**
 - 3. Umur : 25 Tahun**
 - 4. Sosial Ekonomi : Menengah Ke atas**
 - 5. Pekerjaan : Pegawai Negeri Sipil (Departemen Agama)**
 - 6. Jenis Kecacatan : Tuna Rungu**
-

1. Pernahkah anda mengikuti salah satu kegiatan yang berhubungan dengan penyandang cacat ?
2. Darimana anda mengetahui adanya acara tersebut ?
3. Apa manfaat dari kegiatan tersebut ?
4. Apakah pesan yang di komunikasikan di acara tersebut dapat diterima / dimengerti, mengingat kondisi keterbatasan fisik yang anda alami ?
5. Apa kegiatan sehari-hari anda saat ini ?
6. Adakah kendala-kendala ketika mencalonkan diri sebagai pegawai / karyawan di perusahaan anda ?
7. Apakah anda mendukung dan ikut serta dalam kegiatan pemberdayaan penyandang cacat lainnya ?
8. Menurut anda, apakah Dniks, Pemerintah dan LSM lainnya sudah cukup efektif dalam menyediakan akses pelayanan bagi penyandang cacat ?
9. Apa saran anda untuk LSM khususnya DNIKS dan Pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat ?

DRAFT WAWANCARA

Untuk Pihak Eksternal Media Elektronik (INDOSIAR)

1. Pernahkah anda mengikuti salah satu kegiatan yang berhubungan dengan penyandang cacat ?
2. Darimana anda mengetahui adanya kegiatan tersebut ?
3. Apakah anda mendukung kegiatan tersebut ?
4. Menurut anda, apakah kegiatan tersebut mempunyai nilai berita sehingga anda tertarik untuk meliput ?
5. Adakah saran anda untuk PR DNIKS, LSM lainnya dan Pemerintah dalam menanggulangi permasalahan penyandang cacat ?
6. Apakah di INDOSIAR itu sendiri mempunyai akses untuk penyandang cacat ?
7. Berapa banyak jumlah penyandang cacat di INDOSIAR ?

DRAFT WAWANCARA

Untuk Pihak Eksternal Penyandang Cacat

Status Sosial

- 1. Nama : Yulian Arshianto**
 - 2. Jenis Kelamin : Laki-laki**
 - 3. Umur : 34 Tahun**
 - 4. Sosial Ekonomi : Menengah Keatas**
 - 5. Pekerjaan : Arsip Nasional (Operator Telepon)**
 - 6. Jenis Kecacatan : Tuna Netra**
-

1. Pernahkah anda mengikuti salah satu kegiatan yang berhubungan dengan penyandang cacat ?
2. Dalam kegiatan apa ?
3. Darimana anda mengetahui adanya acara / kegiatan tersebut ?
4. Organisasi apa yang anda ikuti saat ini ?
5. Apa manfaat dari kegiatan tersebut ?
6. Menurut anda, apakah sarana umum / tempat-tempat umum, perkantoran, rumah sakit sudah cukup efektif dalam menyediakan akses khusus tuna netra ?
7. Bagaimana anda mendapatkan informasi / berita-berita. Apakah dari cetak atau elektronik ?
8. Apakah pesan yang disampaikan di acara tersebut dapat diterima / dimengerti. Mengingat kondisi keterbatasan fisik yang anda alami ?
9. Apa kegiatan sehari-hari anda saat ini ?

10. Adakah kendala-kendala ketika mencalonkan diri sebagai pegawai / karyawan di perusahaan tersebut ?
11. Apakah anda mendukung dan ikut serta dalam kegiatan pemberdayaan penyandang cacat ?
12. Menurut anda, apakah Pemerintah dan DNIKS sudah cukup efektif dalam menyediakan akses pelayanan bagi penyandang cacat ?
13. Apa saran anda untuk LSM khususnya DNIKS dan Pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat ?
14. Apakah anda mengetahui program Quota 1 % yang ditetapkan oleh Pemerintah tentang penempatan tenaga kerja penyandang cacat di sektor Pemerintah dan swasta ?
15. Sudah berapa persen perusahaan menerima penyandang cacat ?

DRAFT WAWANCARA

Untuk Pihak Eksternal Penyandang Cacat

Status Sosial

- 1. Nama : Bambang**
 - 2. Jenis Kelamin : Laki-laki**
 - 3. Umur : 30 Tahun**
 - 4. Sosial Ekonomi : Menengah Keatas**
 - 5. Pekerjaan : Anggota PPCI dan Pengusaha Pertanian**
 - 6. Jenis Kecacatan : Tuna Daksa**
-

1. Apakah anda mengetahui serta menghadiri konferensi pers “Sosialisasi Konveksi Hak-hak Penyandang Cacat” pada maret lalu di Auditorium kantor Japan Foundation Summitmas , Jakarta ?
2. Bagaimana pendapat anda terhadap konferensi dan acara tersebut ?
3. Darimana anda mengetahui adanya konferensi tersebut ?
4. Apakah anda menghadiri seminar mengenai “Kewirausahaan dan manajemen bagi penyandang cacat” ?
5. Apa informasi yang di dapat dari seminar tersebut ?
6. Selain kegiatan tersebut apakah anda pernah mengikuti workshop “ Advokasi Penyandang cacat” ?
7. Apakah anda mendukung dan ikut serta dalam kegiatan pemberdayaan penyandang cacat ?Berikan alasan !
8. Menurut anda, apakah pemerintah dan LSM sudah cukup efektif dalam menyediakan akses pelayanan bagi penyandang cacat ?
9. Apa saran anda untuk LSM khususnya DNIKS dan Pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat ?

HASIL WAWANCARA

Tanggal : 11 Januari 2008

Nara narasumber : Windu Tastuti

Pekerjaan : Reporter INDOSIAR

1. T : Pernahkah anda mengikuti salah satu kegiatan yang berhubungan dengan penyandang cacat ?

J : Pernah, waktu itu mengenai kegiatan pencoblosan PEMILU / PILKADA. Bahwa para penyandang cacat tetap bisa melaksanakan aktivitas itu. Meskipun mereka butuh waktu untuk sampai ke TPS-TPS. Dan yang terakhir saya mengikuti konferensi pers mengenai penandatanganan Konvensi Internasional tentang perlindungan dan peningkatan hak dan martabat penyandang cacat oleh negara-negara anggota PBB di New York. Selain itu para wartawan juga dibagikan press release untuk dijadikan bahan berita.

2. T : Darimana anda mengetahui adanya kegiatan-kegiatan seputar penyandang cacat ?

J : Undangan

3. T : Apakah anda mendukung kegiatan tersebut ?

J : Saya adalah salah satu orang yang termasuk mendukung kegiatan tersebut. Karena kita harus memberikan kesempatan kepada penyandang cacat untuk beraktivitas dan berkarya seperti orang-orang yang normal. Karena satu hal dapat memberikan contoh kepada masyarakat yang

normal. Bahwa penyandang cacat pun bisa melakukan seperti orang-orang yang normal.

4. T : Menurut anda, apakah kegiatan tersebut mempunyai nilai berita sehingga anda tertarik untuk meliput ?

J : Orang cacat itu kan tidak normal dan kalau sesuatu yang tidak normal dalam beraktivitas, melakukan sesuatu atau menghalang acara. Maka secara pribadi sebagai wartawan ada rasa keingintahuan bagaimana caranya orang-orang penyandang cacat tersebut dapat menjalankan aktivitasnya.

5. T : Adakah saran anda untuk PR DNIKS, LSM lainnya dan Pemerintah dalam menanggulangi permasalahan penyandang cacat ?

J : Pada dasarnya penyandang cacat ini adalah orang yang diasingkan. Pemerintah bukan tidak berusaha tapi selama ini sudah melakukan banyak hal. Seperti memberikan fasilitas alat bantu. Tapi masalahnya adalah sekarang ini fasilitas-fasilitas umum itu banyak sekali yang tidak memfasilitasi penyandang cacat. Contohnya escalator / lift yang seharusnya bisa digunakan orang-orang penyandang cacat. Dan juga tangga penyeberangan jalan yang tidak ramah artinya tidak semua orang bisa melewati itu.

Dan fasilitas untuk mendidik mereka masih sangat kurang. Jadi orang cacat itu cenderung buntu tidak bisa melakukan apa-apa. Sementara pendidikan itu banyak di pegang oleh swasta atau LSM / Yayasan. Sementara LSM untuk penyandang cacat masih sangat sedikit. Jadi

Pemerintah dan LSM masih kurang efektif dan juga kurang tanggap dalam menangani penyandang cacat. Mereka juga belum memberikan perhatian yang serius kepada skill yang bisa dilakukan oleh penyandang cacat. Karena Pemerintah sendiri sepertinya tidak memberikan subsidi khusus penyandang cacat.

6. T : Apakah di INDOSIAR itu sendiri mempunyai akses untuk penyandang cacat?

J : Punya, karena operator telepon di INDOSIAR itu sebagian besar tuna netra dan pendengaran mereka jauh lebih tajam. Banyak juga penyandang cacat yang terkena polio atau lumpuh kaki yang menggunakan tongkat bekerja sebagai teknisi.

7. T : Berapa banyak jumlah penyandang cacat di INDOSIAR ?

J : Sangat banyak di banding stasiun televisi dan perusahaan-perusahaan lainnya. Karena di INDOSIAR ini mempunyai kebijakan bahwa selama penyandang cacat tersebut bisa bekerja maka akan diperkerjakan.

HASIL WAWANCARA

Tanggal : 24 Desember

Nara narasumber : Hanief

Pekerjaan : Pegawai Negeri Sipil (Departemen Agama)

1. T : Pernahkah anda mengikuti salah satu kegiatan yang berhubungan dengan penyandang cacat ?

J : Pernah, seminar tentang sosialisasi untuk tuna rungu.

2. T : Darimana anda mengetahui adanya acara tersebut ?

J : Dari organisasi GERKATIN DKI Jakarta (Gerakan Kesejahteraan Tuna Rungu Indonesia).aya masyarakat bisa mengerti.

3. T : Apa manfaat dari kegiatan tersebut ?

J : Belajar komunikasi dengan bahasa isyarat dan gerakan ekspresi supaya masyarakat bisa mengerti.

4. T : Apakah pesan yang dikomunikasikan di acara tersebut dapat diterima dan dimengerti, mengingat kondisi keterbatasan fisik yang anda alami ?

J : Bisa, karena pada saat ini seminar di depan forum ada yang memandu dengan bahasa isyarat atau dengan running teks (komputer).

5. T : Apa kegiatan sehari-hari anda saat ini ?

J : Bekerja di kantor Pengadilan Agama (Departemen Agama) Jakarta Pusat.

6. T : Adakah kendala-kendala ketika mencalonkan diri sebagai pegawai / karyawan di perusahaan tersebut ?

J : Tidak banyak menemukan kendala. Pada saat mencalonkan diri saya tes dengan menggunakan komputer, lain dengan calon PNS lainnya yang melewati proses interview. Mereka pun sangat menerima keberadaan saya walau kondisi seperti ini.

7. T : Apakah anda mendukung dan ikut serta dalam kegiatan pemberdayaan penyandang cacat lainnya ?

J : Sangat mendukung 100 %.

8. T : Menurut anda apakah Dniks, Pemerintah dan LSM lainnya sudah cukup efektif dalam menyediakan akses pelayanan bagi penyandang cacat ?

J : Belum Efektif, contohnya akses untuk tuna rungu dan netra sangat kurang.

9. T : Apa saran anda untuk LSM khususnya DNIKS dan Pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat ?

J : Saya ingin Pemerintah dan DNIKS (LSM) meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat. Karena Pemerintah masih sangat kurang peduli terhadap penyandang cacat.

HASIL WAWANCARA

Tanggal : 24 Desember

Nara narasumber : Yulian Arshianto

Pekerjaan : Arsip Nasional (Operator Telepon)

1. T : Pernahkah anda mengikuti salah satu kegiatan yang berhubungan dengan penyandang cacat ?

J : Sering sekali.

2. T : Dalam kegiatan apa ?

J : Kegiatan seminar seputar penyandang cacat mengenai akses dan fasilitas penyandang cacat. Terakhir saya mengikuti kegiatan stimulasi pemilu akses yakni membahas sosialisasinya dan diskriminasi terhadap penyandang cacat.

3. T : Dariman anda mengetahui adanya acara atau kegiatan tersebut ?

J : Dari organisasi atau sesama penyandang cacat.

4. T : Organisasi apa yang anda ikuti saat ini ?

J : Organisasi Hida Budaya siswa terpadu. Dari organisasi ini kita bias tahu segala kegiatan khusus penyandang cacat.

5. T : Apa manfaat dari kegiatan tersebut ?

J : Jadi banyak pengetahuan. Misalnya bagaimana tuna netra mengikuti pemilu, karena tuna netra beda dengan yang lain. Disana diajarkan penyuluhan tentang cara mengikuti pemilu.

6. T : Menurut anda, apakah sarana umum / tempat-tempat umum, perkantoran dan rumah sakit sudah cukup efektif dalam menyediakan akses khusus tuna netra?

J : Belum efektif, saya menyadari bahwa memang biaya untuk akses tersebut tidak sedikit. Kalau di Jepang Koran huruf Braille itu sudah setiap hari terbit. Jadi saya sadari negara kita terlalu banyak urusan sehingga pemerintah sangat belum memperhatikan kesejahteraan penyandang cacat. Biaya Braille itu sangat mahal. Ini seperti Al quran 30 juz jadi kalau diganti dengan huruf Braille bisa sampai satu rak.

7 T : Bagaimana anda mendapatkan informasi / berita. Apakah dari media cetak atau media elektronik ?

J : Tentunya hanya elektronik. Karena di negara kita belum ada media cetak yang khusus tuna netra dengan huruf braille.

8. T : Apakah pesan yang disampaikan di acara tersebut dapat diterima dan dimengerti. Mengingat kondisi keterbatasan fisik yang anda alami ?

J : Bisa diterima, karena secara penjabarannya yang disampaikan sangat praktis.

9. T : Apa kegiatan sehari-hari anda saat ini ?

J : Saya bekerja di kantor Arsip Nasional sebagai operator telepon.

10. T : Adakah kendala-kendala ketika mencalonkan diri sebagai pegawai / karyawan di perusahaan tersebut ?

J : Alhamdulillah lancar dan tidak ada kesulitan.

11. T : Apakah anda mendukung dan ikut serta dalam kegiatan pemberdayaan penyandang cacat ?

J : Saya sangat mendukung, karena siapa lagi yang memperhatikan selain sesama penyandang cacat. Kalau berharap dari pemerintah dan LSM itu sendiri sangat susah.

12. T : Menurut anda apakah Pemerintah dan DNIKS sudah cukup efektif dalam menyediakan akses pelayanan bagi penyandang cacat ?

J : Seharusnya Pemerintah memberikan bantuan alat-alat yang dibutuhkan penyandang cacat mengingat alat-alat tersebut sangat mahal dan langka. Karena kalau dilihat kebanyakan penyandang cacat tidak mampu dibanding yang mampu.

13. T : Apa saran anda untuk LSM khususnya DNIKS dan Pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat ?

J : Kalau bisa kendaraan umum / sarana umum ditingkatkan misalnya busway yang terminalnya susah dan sangat jauh begitu juga stasiun kereta.

14. T : Apakah anda mengetahui program quota 1 % yang ditetapkan oleh pemerintah tentang penempatan tenaga kerja penyandang cacat di sektor pemerintah dan swasta ?

J : Iya, saya tahu.

15. T : Sudah berapa persen Perusahaan menerima penyandang cacat ?

J : Cukup banyak cuma di PNS belum terlalu banyak dan kebanyakan di sektor swasta seperti INDOSIAR Visual Mandiri . Disana sudah

beberapa tenaga kerjanya penyandang cacat seperti titipan kilat dan operator telepon. Kalau bisa pemerintah menerima pekerjaan sesuai kemampuan dan kelemahannya masing-masing.

DRAFT WAWANCARA

Nama Narasumber : Drs. H Chaerudin

Jabatan : Kepala Humas

1. Bagaimana langkah dan proses pada kegiatan strategi komunikasi public relations DNIKS berdasarkan 4 (empat) tahap dalam melaksanakan manajemen aktivitas humas yang meliputi :

a. Fact finding (Pengumpulan data)

- 1) Bagaimana cara PR DNIKS dalam mengumpulkan data untuk mengetahui permasalahan penyandang cacat ?
- 2) Apa yang menjadi visi misi dalam kegiatan tersebut ?
- 3) Siapa saja yang menjadi sumber informasi (nara sumber) ?
- 4) Bagaimana hasil pengumpulan data tersebut ?

b. Planning (Perencanaan)

- 1) Bagaimana rencana PR DNIKS dalam mengatasi permasalahan penyandang cacat ?
- 2) Bagaimana prosedur / tahapan dalam melaksanakan perencanaan tersebut ?
- 3) Siapa saja yang bertanggung jawab atas pelaksanaan tersebut ?

c. Communications (Komunikasi)

- 1) Teknik komunikasi apa yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan tersebut ?

- 2) Media apa yang digunakan dalam penyampaian dan penyebaran informasi?
- 3) Khalayak siapa saja yang menjadi target dalam kegiatan tersebut ?
- 4) Kapan pelaksanaan kegiatan tersebut ?
- 5) Dimana pelaksanaan kegiatan tersebut ?
- 6) Mengapa memilih media sebagai alat komunikasi ?

d. Evaluating (Evaluasi)

- 1) Bagaimana PR melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan tersebut ?
- 2) Bagaimana hasil yang dicapai ?
- 3) Apakah kegiatan tersebut mencapai tujuan yang dikehendaki ?
- 4) Apakah pesan-pesan yang disampaikan efektif dan diterima oleh penyandang cacat ?
- 5) Apakah media yang digunakan sudah tepat ? apa alasannya ?
- 6) Apa ada kendala dalam pelaksanaan strategi tersebut ?
- 7) Mengapa setiap pelaksanaan program harus mengadakan evaluasi ?

2. Mengapa PR DNIKS menggunakan strategi komunikasi tersebut ?

HASIL WAWANCARA

Tanggal : 24 Desember

Nara narasumber : Bambang

Pekerjaan : Anggota PPCI dan Pengusaha Pertanian

1. T : Apakah anda mengetahui serta menghadiri konferensi pers “ Sosialisasi konveksi hak-hak penyandang cacat “ pada maret lalu di Auditorium kantor Japan Foundation Summitmas, Jakarta ?

J : Ya, saya menghadirinya.

2. T : Bagaimana pendapat anda terhadap konferensi dan acara tersebut ?

J : Sangat bermanfaat. Karena disana kita mengetahui berbagai macam peraturan yang mengatur eksistensi penyandang cacat yang mengenai perlindungan dan penegakan hak asasi manusia.

3. T : Darimana anda mengetahui adanya acara tersebut ?

J : Undangan dari panitia acara.

4. T : Apakah anda menghadiri seminar mengenai “Kewirausahaan dan Manajemen bagi penyandang cacat “ ?

J : Ya, pernah.

5. T : Apa informasi yang di dapat dari seminar tersebut ?

J : Denagn seminar tersebut saya dapat memahami dan mengerti tentang leadership dalam berwirausaha, cara melobby untuk mendapatkan modal dari pemerintah serta strategi pemasaran.

6. T : Selain kegiatan tersebut apakah anda pernah mengikuti “Workshop advokasi penyandang cacat ?

J : Pernah, “Workshop advokasi penyandang cacat” yang bertujuan untuk mengetahui hak-hak penyandang cacat.

7. T : Apakah anda mendukung dan ikut serta dalam kegiatan pemberdayaan penyandang cacat ? Berikan alasan !

J : Ya, saya sangat mendukung. Karena perlakuan penyandang cacat di Indonesia masih banyak mengalami diskriminasi sementara penyandang cacat punya hak atas penghidupan dan kehidupan yang sama dengan masyarakat yang lain.

8. T : Menurut anda, apakah pemerintah dan LSM khususnya DNIKS sudah cukup efektif dalam menyediakan akses pelayanan bagi penyandang cacat ?

J : Belum, masih banyak sekali yang harus Pemerintah dan LSM untuk memperhatikan fasilitas dan akses terhadap cacat terutama di bidang transportasi, pendidikan, kesehatan dan lapangan pekerjaan.

Yang saya ketahui hanya beberapa akses yang bisa dilalui oleh penyandang cacat yaitu Gedung HI, Rumah sakit pondok indah, Gedung perkantoran jasa marga, Departemen Sosial, Menkokesra dan Busway. Sementara Istana Merdeka tidak ada akses bagi penyandang cacat.

9. T : Apa saran anda untuk LSM khususnya DNIKS dan Pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat ?

- J : 1. Untuk lebih meningkatkan pelayanan dan perlindungan terhadap penyandang cacat. Karena penyandang cacat juga mempunyai hak sama seperti masyarakat yang lainnya.
2. Lebih memperluas lapangan kerja.
 3. Memberikan pelayanan kesehatan yang relatif murah.

Diluar itu saya sangat berharap agar kesejahteraan penyandang cacat lebih ditingkatkan lagi, itu saja.

HASIL WAWANCARA

Tanggal : 28 Desember

Nara narasumber : Drs. H Chaerudin

Pekerjaan : Public Relations

A. Pengumpulan Data (Fact finding)

1. T : Bagaimana cara PR DNIKS dalam mengumpulkan data untuk mengetahui permasalahan penyandang cacat ?

J : Melihat melalui media cetak dan media elektronik seperti surat kabar dan televisi. Dan juga melakukan wawancara langsung dengan penyandang cacat terhadap permasalahan yang mereka alami dan harapan yang diinginkan.

2. T : Apa yang menjadi visi misi dalam kegiatan tersebut ?

J : Visi misi DNIKS dalam meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat yaitu terwujudnya masyarakat Indonesia yang maju sejahtera dan berkeadilan. Selain itu juga dilatar belakangi pada peraturan perundang-undangan RI Nomor 4 Tahun 1997 tentang penyandang cacat memiliki hak dan kesempatan yang sama dalam aspek kehidupan dan penghidupan”.

3. T : Siapa saja yang menjadi sumber informasi (nara sumber) ?

J : Penyandang cacat, pemerhati dan penyelenggara panti / yayasan.

4. T : Bagaimana hasil pengumpulan data tersebut ? Jelaskan !

J : Dari hasil tersebut terlihat jelas bahwa banyak sekali permasalahan yang dihadapi oleh penyandang cacat diantaranya :

1. Aksesibilitas, artinya kemudahan yang disediakan bagi penyandang cacat guna mewujudkan kesamaan kesempatan dalam segala aspek kehidupan dan penghidupan.
2. Pendidikan.
3. Kesehatan.
4. Lapangan pekerjaan.

Setelah data diperoleh dengan seakurat mungkin, langkah selanjutnya adalah membuat beberapa strategi dan perencanaan. Dan diputuskan secara seksama oleh beberapa instansi pemerintah, pemerhati dan yayasan untuk memilih strategi yang tepat dan menjadi prioritas.

B. Planning (Perencanaan)

1. T : Bagaimana cara PR DNIKS dalam mengatasi permasalahan penyandang cacat ?

J : Program perencanaan yang dilaksanakan oleh PR DNIKS dalam mengatasi permasalahan penyandang cacat ini adalah dengan cara menyebarkan informasi agar dapat diketahui oleh masyarakat dan pemerintah melalui media massa, bahan cetakan, penyediaan : konsultasi, penyuluhan, pelatihan, seminar, pameran , dan penggalangan dana. Hal ini dilakukan karena selama ini masyarakat dan pemerintah kurang memperhatikan kesejahteraan dan persamaan hak atas kehidupan dan penghidupan bagi penyandang cacat.

2. T : Bagaimana prosedur / tahap pelaksanaannya ?

J : Tahap pelaksanaan / prosedurnya adalah :

1. Menyelenggarakan komunikasi, konsultasi , kerja sama, dan jaringan kerja di bidang kesejahteraan sosial dan pembangunan sosial dengan pihak-pihak yang terkait ; baik pemerintah maupun non pemerintah, luar maupun dalam.
2. Memberikan pelatihan dan program pemberdayaan yang tepat agar penduduk dengan kecacatan dapat menjadi tenaga professional yang bermutu.
3. Melakukan adaptasi bahan-bahan pelatihan agar bisa memenuhi kebutuhan dari penyandang cacat yang ingin mendapatkan pekerjaan dengan kualifikasi yang diisyaratkan.
4. Meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab masyarakat untuk memberi perlakuan yang adil terhadap penyandang cacat dengan memberikan kesempatan mendapatkan pelatihan dan pemberdayaan untuk memperoleh kualifikasi yang diisyaratkan.
5. Mengembangkan langkah-langkah konkrit untuk memperbaiki kondisi penyandang cacat sehingga lebih hidup dengan mandiri.

3. T : Siapa saja yang bertanggung jawab atas pelaksanaan tersebut ?

J : Pemerintah, masyarakat, pengusaha, pemerhati / LSM, media massa dan penyandang cacat.

C. Communications (Action)

1. T : Teknik komunikasi apa yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan tersebut ?

J : Komunikasi lisan (diskusi, seminar tatap muka, konferensi pers, penyuluhan), Bahasa isyarat khusus tuna rungu atau running teks, dan melalui sms. Komunikasi tulisan yaitu media cetak dan media elektronik.

2. T : Media apa yang digunakan dalam penyampaian dan penyebaran informasi ?

J : Media elektronik (TV, Radio), dan cetak (majalah, koran, poster, leaflet, brosur dan spanduk).

3. T : Khalayak siapa saja yang menjadi target dalam kegiatan tersebut ?

J : Masyarakat (pengusaha, pemerhati, keluarga), pemerhati dan penyandang cacat itu sendiri.

4. T : Kapan pelaksanaan kegiatan tersebut ?

J : Kegiatan dilakukan dengan peringatan hari besar yang berkaitan dengan penyandang cacat seperti Hari Internasional penyandang cacat (HIPENCA), Hari Kesetiakawanan Sosial, HAM dan sebagainya.

5. T : Dimana pelaksanaan kegiatan tersebut ?

J : Di instansi terkait, yayasan dan di area terbuka.

6. T : Mengapa memilih media sebagai alat komunikasi ?

J : Karena media dapat dengan mudah diingat dan dibaca berulang-ulang. Selain itu media adalah alat komunikasi yang paling efektif untuk menjangkau khalayak luas.

D. Evaluating (Evaluasi)

1. T : Bagaimana PR melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan tersebut ?

J : Evaluasi dilakukan dengan melihat seberapa jauh pengaruh / perubahan dan dukungan yang di berikan baik oleh masyarakat maupun pemerintah. Selain itu juga untuk mengukur keberhasilan dan kekurangan pada setiap strategi yang digunakan dan untuk terus meningkatkan kualitas strategi yang telah digunakan. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan dalam meningkatkan kesejahteraan penyandang cacat pada pihak eksternal. Dilakukan dengan mengukur banyak sedikitnya liputan yang dilakukan oleh media cetak dan elektronik berdasarkan volume kolom atau lamanya waktu siar. Kesadaran khalayak terhadap kesejahteraan penyandang cacat juga dapat diukur melalui suatu pengumpulan pendapat. Hal ini dilakukan dengan mewawancarai sejumlah sampel dari khalayak yang relevan. Evaluasi ini dapat diketahui seberapa jauh respon dan tanggapan pemerintah, masyarakat, pers, pemerhati, dan pengusaha terhadap penyandang cacat.

2. T : Bagaimana hasil yang dicapai ?

J : Kebijakan-kebijakan yang kita buat disetujui dan disahkan oleh pemerintah yaitu undang-undang perlindungan dan kesamaan hak-hak penyandang cacat, dibuatnya akses jalur busway khusus penyandang cacat dan lansia, membuka lapangan pekerjaan sebagai pegawai negeri sipil walau hanya untuk penyandang cacat tertentu.

Beberapa perusahaan swasta yang bekerja sama dengan Kesos membuka lapangan pekerjaan seperti PT. INDOSIAR Visual mandiri.

Ada juga hasil yang tidak sesuai dengan yang diharapkan, salah satunya adalah ketika mengadakan survey dengan melakukan wawancara / kuuesioner terhadap beberapa perusahaan. Bahwa hanya beberapa perusahaan swasta yang mempekerjakan penyandang cacat padahal sebelumnya kita pernah mengadakan pertemuan terhadap pemilik perusahaan (pengusaha) untuk mempekerjakan penyandang cacat terkait dengan undang-undang Quota 1 persen hak dan kesempatan mendapatkan pekerjaan dan tentunya sesuai dengan kecacatan dan kemampuan mereka. Himbauan ini ternyata kurang ditanggapi.

Ini adalah beberapa hasil dari perjuangan dan strategi PR DNIKS dalam mensejahterahkan penyandang cacat, walaupun belum maksimal dan efektifnya pemerintah memberikan kesejahteraan bagi penyandang cacat. Karena memang kita sadari fasilitas dan alat-alat bantu relatif mahal dan langka dan itupun harus di impor dari luar negeri.

3. T : Apakah kegiatan tersebut mencapai tujuan yang dikehendaki ?

J : Belum sempurna, artinya hasil yang kita inginkan tidak sesuai dengan yang direncanakan. Ada beberapa faktor yang menjadi hambatan dalam kegiatan ini yaitu pesan yang disampaikan tidak

sampai kepada khalayak artinya kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap penyandang cacat masih sangat kurang. Walau kegiatan ini belum sesuai dengan direncanakan, DNIKS masih tetap akan memperjuangkan hak asasi penyandang cacat dengan melakukan berbagai macam strategi.

4. T : Apakah pesan-pesan yang disampaikan efektif dan diterima oleh penyandang cacat ?

J : Pesan yang disampaikan kurang efektif karena masalah penyandang cacat yang dihadapi sangat beragam. Hal ini diakibatkan keputusan dan kurang percaya diri akan kecacatannya.

5. T : Apakah media yang digunakan sudah tepat ? apa alasannya !

J : Media yang digunakan sangat tepat. Mengingat penyandang cacat beragam yakni tuna netra, tuna rungu, tuna daksa dan tuna grahita. Maka pemilihan media dipilih dengan tepat sesuai dengan kecacatannya.

6. T : Apa ada kendala dalam pelaksanaan strategi tersebut ?

J : Ada, yaitu dalam komunikasi dengan tuna netra. Kita harus membacakan atau melalui suara atau menggunakan huruf braille dan tidak semua tuna netra bisa membaca huruf braille. Tuna rungu, kita harus berdialog menggunakan bahasa isyarat (tapi tidak semuanya mengerti bahasa isyarat yang standart. Tuna daksa hanya membutuhkan aksesibilitas untuk kegiatannya. Dan Tuna grahita

diperlukan perhatian khusus dan pendampingan untuk berkomunikasi dengan mereka.

7 T : Mengapa setiap pelaksanaan program harus melaksanakan evaluasi ?

J : Untuk mengukur keberhasilan dan kekurangan pada setiap kegiatan tersebut

E. T : Mengapa PR DNIKS menggunakan strategi komunikasi tersebut ?

J : DNIKS menggunakan strategi komunikasi karena cukup efektif dan selalu digunakan dalam program-program DNIKS yang lain, walau terkadang hasilnya tidak sesuai dengan yang diharapkan. Strategi komunikasi ini sangat penting untuk mengubah perilaku masyarakat dan membentuk citra positif dengan mengembangkan ide-ide kreatif dan mempertimbangkan aspek kekurangan atau meminimalisir kendala yang akan dihadapi dalam pelaksanaan tersebut.

DRAFT WAWANCARA

Untuk Pihak Eksternal Media Elektronik (INDOSIAR)

1. Pernahkah anda mengikuti salah satu kegiatan yang berhubungan dengan penyandang cacat ?
2. Darimana anda mengetahui adanya kegiatan tersebut ?
3. Apakah anda mendukung kegiatan tersebut ?
4. Menurut anda, apakah kegiatan tersebut mempunyai nilai berita sehingga anda tertarik untuk meliput ?
5. Adakah saran anda untuk PR DNIKS, LSM lainnya dan Pemerintah dalam menanggulangi permasalahan penyandang cacat ?

HASIL WAWANCARA

Tanggal : 17 Januari 2008

Nara narasumber : Alfian

Pekerjaan : Reporter Trans TV

1. T : Pernahkah anda mengikuti salah satu kegiatan yang berhubungan dengan penyandang cacat ?

J : Pernah, terakhir saya meliput konferensi pers tentang penandatanganan konvensi hak atas penyandang cacat.

2. T : Darimana anda mengetahui adanya kegiatan-kegiatan seputar penyandang cacat ?

J : Undangan

3. T : Apa pesan yang disampaikan oleh konferensi pers tersebut ?

J : Konferensi pers tersebut guna mensosialisasikan dimulainya penandatanganan konvensi tentang hak asasi penyandang cacat oleh negara-negara anggota PBB di New York.

4. T : Selain kegiatan tersebut, apakah anda pernah menghadiri kegiatan lainnya yang berkaitan dengan penyandang cacat ?

J : Pernah, waktu memberikan bantuan kursi roda kepada penyandang cacat yang tidak mampu.

5. T : Apakah anda mendukung kegiatan tersebut ?

J : Sangat mendukung, karena menurut saya nasib penyandang cacat sangat memprihatinkan dan bagaimanapun mereka berhak untuk memberikan sumbangan kepada kemajuan nusa dan bangsa. Dengan kegiatan tersebut

mereka mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan dirinya dan memberi sumbangan yang berarti bagi diri, keluarga, tanah air dan bangsanya.

6. T : Menurut anda, apakah kegiatan tersebut mempunyai nilai berita sehingga anda tertarik untuk meliput ?

J : Kegiatan tersebut mempunyai nilai berita karena penyandang cacat itu biasanya diperlakukan tidak adil oleh masyarakat yang tidak mengalami kecacatan.

7. T : Adakah saran anda untuk PR DNIKS, LSM lainnya dan pemerintah dalam menanggulangi permasalahan penyandang cacat ?

J : PR DNIKS dan pemerintah harus tetap memperjuangkan hak dan kesejahteraan penyandang cacat. Karena kebanyakan penyandang cacat tidak mampu dibanding yang mampu.

