

**Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Manajemen Kampanye Kehumasan Disbunhut
Kab. Sarolangun-Jambi Dalam Penysadaran Pelestarian Hutan Kepada Masyarakat**

Dikawasan Hutan Lindung

Rico Ibrahim

Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII

Menyelesaikan Studi Pada Tahun 2009

Sumekar Tanjung S.sos., M.A

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII

Abstract :

In performing its duties Department of forestry and plantations Sarolangun, has the vision of "the realization of gardens and forest preservation as a buffer of life, strengthen the economy, and to improve the welfare of the people's justice". This vision is also supported by a mission statement that became common in the formulation of the desired goals of the organization. The mission to support forest and land management district of Sarolangun were to boost function and use of forests, improving people's economic efforts in the field of forestry and plantation. From the vision and mission that has been described above, there are three programs that make researcher formulate background of problems, program protection and conservation of forest resources, forest and land rehabilitation program Afforestation and Reforestation, and program planning and development of forests. Researchers wanted to see how public relations campaign management strategy of Department Forestry and Plantation Sarolangun-Jambi in forest conservation awareness to the people who lived through the protected forest area of the three programs.

This constructivism research was conducted through direct and detailed observation of social behavior in everyday social life which is normal and natural. Researchers used a constructivist paradigm because in the process of data collection, researchers use direct observation that a number of interviews and observations to the relevant parties. While the approach used in this study is qualitative descriptive. descriptive research that is intended to accurately describe the properties of the individual, the state, the symptoms of a phenomenon existing in a particular relationship or a symptom of the state in society. Qualitative descriptive study did not test hypotheses or make predictions. However aimed to collect detailed information and describe the actual existing symptoms, identify problems checking the condition of prevailing practices. Then make an evaluation and determine what other people do in the face of the same issues and learn from the experience of the brand to establish a plan decisions in the future.

The implementation of the public awareness campaign of three programs protected forest area was face to face and through media relations through direct communication is done with two things. Department of Forestry and Plantation were cooperation with village officials and the head of the indigenous villages, in collaboration with some NGOs namely NGO's Cinde dan NGO's Warsih. The role and functions of public relations was to help facilitate the program to facilitate public services by providing rubber seedlings, as well as to strengthen the relationship between employee by making event like social gathering and futsal to make an emotional bond. To deliver employee opinions, PR of Department of Forestry and Plantation was facilitated the department memos to delivery the opinions to the Head of Department. (Keywords: PR, Campaign, Forestry, Strategy).

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kabupaten Sarolangun memiliki sumber daya hutan yang cukup potensial untuk dikembangkan, jika dikelola dengan bijak maka sumber daya hutan dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan dalam menunjang pembangunan daerah. Potensi yang sangat besar tersebut dilandasi fakta bahwa Sarolangun memiliki ekosistem yang beragam mulai dari hujan tropis dataran rendah dan dataran tinggi sampai dengan hutan rawa yang memiliki potensi hasil hutan yang melimpah, baik berupa yang kayu maupun non kayu.

Dalam melaksanakan tugasnya Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Sarolangun, memiliki visi “Terwujudnya kelestarian fungsi kebun dan hutan sebagai penyangga kehidupan, memperkuat ekonomi, kerakyatan serta meningkatkan kesejahteraan yang berkeadilan”. Visi tersebut juga didukung dengan misi yang menjadi pernyataan umum dalam merumuskan tujuan organisasi yang diinginkan. Adapun misi dalam mendukung pengelolaan hutan dan lahan di Kabupaten Sarolangun antara lain. Meningkatkan fungsi dan pemanfaatan hutan, meningkatkan usaha ekonomi rakyat dalam bidang kehutanan dan perkebunan.

Peneliti memilih Dinas Perkebunan dan Kehutanan sebagai objek penelitian yaitu karena Dinas Perkebunan dan Kehutanan sangat memperhatikan kawasan hutan lindung serta masyarakat yang tinggal dikawasan hutan lindung

dengan melakukan banyak program, program perlindungan dan konservasi sumber daya hutan, program rehabilitasi hutan dan lahan (PENGHIJAUAN dan Reboisasi), Program perencanaan dan pengembangan hutan dan program pengelolaan hutan berbasis masyarakat (PHBM).

Kampanye didefinisi sebagai rangkaian kegiatan komunikasi yang terorganisasi dengan tujuan untuk menciptakan dampak tertentu terhadap sebagian besar khalayak sasaran secara berkelanjutan dalam periode waktu tertentu. Suatu kampanye merupakan koordinasi dari sebagai perbedaan metode komunikasi yang memfokuskan perhatian pada permasalahan lahan tertentu dan sekaligus cara pemecahannya dalam kurun waktu tertentu (Rosady, 2005: 23-24).

Kampanye Public relations (PR campaign) dalam arti sempit bertujuan meningkatkan kesadaran dan pengetahuan khalayak sasaran (target audience) untuk merebut perhatian serta menumbuhkan persepsi atau opini yg positif terhadap suatu kegiatan dari suatu lembaga atau organisasi (corporate activities) agar tercipta suatu kepercayaan dan citra baik dari masyarakat melalui penyampaian pesan secara intensif dengan proses komunikasi dan jangka waktu tertentu yang berkelanjutan. Dalam arti lebih umum atau luas, kampanye public relations tersebut memberikan penerangan terus-menerus serta pengertian dan memotivasi masyarakat terhadap suatu kegiatan atau program tertentu melalui proses dan teknik komunikasi yang berkesinambungan dan terencana untuk mencapai publisitas dan citra yang positif. Dalam perana atau praktik lapangan public relations sehari-hari bahwa kampanye tersebut akan berbeda pengertiannya dengan propaganda. Melakukan kampanye (PR campaign) di sini lebih menitikberatkan untuk membangun suatu saling pengertian dan pemahaman (soft selling) melalui perusasi dari khalayak sasaran

Beragam kampanye yang umum yang lebih dulu masyarakat Kampanye pemilu, kampanye KB nasional, kampanye gerakan disiplin nasional (GDN), kampanye gerakan gemar menabung nasional. kampanye mencegah HIV/AIDS

(Rosady, 2005: 66-67). Metode kampanye public relations dilakukan secara berencana, sistematis, memotivasi, psikologis, dan dilakukan berulang-ulang serta kontinu (repetition and continue). Sebaliknya, jika kampanye tersebut dilakukan secara insidental atau hanya dilakukan sekali, tertentu, dan terbatas, maka hal ini jelas tidak bermanfaat atau kurang berhasil untuk menggolkan suatu tema, materi, dan tujuan dari kampanye. Sebelumnya sudah disinggung, dalam kampanye tidak terlepas dari komunikasi yang bersifat membujuk (persuasive) dan mendidik (edukatif), yaitu berupaya untuk mengubah perilaku, sikap bertindak, tanggapan, persepsi, hingga Membentuk opini publik yang positif dan mendukung atau menguntungkan segi citra dan sebagainya (Rosady, 2005: 67-69).

Dalam melakukan kampanye perlu menggunakan teknik dengan menggunakan teknik maka penyampaian pesan kepada audiensinya menjadi cukup efektif. Teknik partisipasi yaitu teknik yang mengikutsertakan (partisipasi), teknik memperoleh empati teknik berkampanye dalam menempatkan diri dalam posisi komunikasi, ikut merasakan dan “peduli” situasi kondisi pihak komunikasi. Biasanya dalam public relations dikenal dengan social responsibility and humanity relations. Kegiatan program kampanye untuk mencapai keberhasilan dalam melaksanakan kegiatan program kampanye PR tersebut, menentukan tujuan yang hendak dicapai, tentukan sasaran kampanye, tentukan jangka waktunya dan menentukan tema, topik atau isu dari kampanye tersebut (Rosady, 2005: 80-81). Perencanaan dan kegiatan komunikasi melalui kiat dan metode circle PR-programing & communication. Rangkaian perencanaan dan komunikasi public relations tersebut merupakan blue print yang disusun secara sistematis yang akan menjadi patokan atau pedoman dan yang digambarkan dalam suatu pola tahapan yang saling terkait errata satu sama lain.

Komponen-komponen setiap langkah kegiatan program kampanye tersebut dibentuk secara berangkai, mulai dari : analisis situasi dan audit komunikasi, merumuskan tujuan dan target waktunya, target audiences, menentukan media, menetapkan anggaran untuk kampanye tersebut, kegiatan kampanye, dan analisis hasil program tersebut dan aplikasinya, berhasil atau

tidaknya berdasarkan *planning your work and working your plan* (Rosady, 2005: 75). Kemudian sebagai acuan untuk mengukur keberhasilan dari program kampanye PR tersebut, tergantung pada apa dan lembaga atau organisasi, serta perusahaan melalui peranan PR-lembaga atau organisasi, sreta perusahaan melalui peranan PR-NYA. Sedangkan sebagai tolak ukurnya atau langkah terakhir adalah target atau sasaran yang hendak dicapai, yaitu sebagai berikut memperoleh citra positif, memepeoleh kepercayaan, realitasnya atau bukan khayalan walaupun sasarannya tidak berwujud (intangible) seperti point pertama dan kedua tersebut diatas, tetapi bisa dirasakan melalui kesan, baik secara individual maupun opini publik yang diterima secara positif.hasil kerja dari public relations adalah bersifat intangible, seperti salaing memepercayai, saling menghargai, saling pengertian, toleransi, good will, dsb (Rosady, 2005: 75-76). Fungsi Public Relations dalam humas PR bertanggung jawab tentang suatau kegiatan yang jelas dan k has, termasuk mengadakan kampanye PR serta dapat dibedakan dengan kegiatan ini bidang lain yang bergerak dalam bidang komunikasi dan informasi, misalnya jurnalistik, periklanan, dan dunia hiburan (entertainment)

Dari penjelasan diatas kenapa Peneliti tertarik untuk meniliti masalah ini dilihat dari program-program perlindungan dan konservasi sumber daya hutan, program rehabilitasi hutan dan lahan (Penghijauan dan Reboisasi), Program perencanaan dan pengembangan hutan. Peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi manajemen kampanye kehumasan Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Sarolangun-Jambi dalam penyadaran pelestarian hutan kepada masyarakat yang tinggal dikawasan hutan lindung.

B. RUMUSAN MASALAH

Dari program-program yang telah dijelaskan adalah: program perlindungan dan konservasi sumber daya hutan, program rehabilitasi hutan dan lahan (Penghijauan dan Reboisasi), program penrencanaan dan pengembangan hutan peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi manajemen kampanye kehumasan Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Sarolangun-Jambi

dalam penyadaran pelestarian hutan kepada masyarakat yang tinggal dikawasan hutan lindung melalui tiga program tersebut?

C. TUJUAN PENELITIAN

Untuk menjelaskan strategi manajemen kampanye kehumasan Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Sarolangun-Jambi dalam penyadaran pelestarian hutan kepada masyarakat yang tinggal dikawasan hutan lindung melalui tiga program tersebut.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Akademis

a. Instansi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi serta sebagai bahan masukan evaluasi bagi Dinas Kehutanan Kabupaten Sarolangun-Provinsi Jambi dalam menjalankan program-program kampanye serta dapat mengembangkan lagi program-program yang Disbunhut menjadi lebih baik lagi.

b. Peneliti

Menambah pengetahuan khususnya tentang strategi kampanye kehumasan Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Sarolangun-Jambi dalam penyadaran pelestarian hutan kepada masyarakat yang tinggal dikawasan hutan lindung. Memberikan kontribusi lebih kepada daerah dalam menjaga hutan terutama melestarikan kawasan hutan lindung

c. Pembaca

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi dan pengetahuan tentang bagaimana strategi kampanye kehumasan Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Sarolangun-Jambi dalam penyadaran pelestarian hutan kepada masyarakat yang tinggal dikawasan hutan lindung. Dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin meneliti kampanye Public Relations khususnya Kampanye tentang pelestarian kawansan hutan lindung.

2. Manfaat Praktis

- a. Diharapkan penelitian ini dapat menambah referensi dari bukti empiris ilmu pengetahuan khususnya tentang strategi kampanye kehumasan Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Sarolangun-Jambi dalam penyadaran pelestarian hutan kepada masyarakat yang tinggal dikawasan hutan lindung.
- b. Hasil penelitian ini dapat menjadi pustaka acuan untuk proses pembelajaran bagi penelitian selanjutnya yang serupa.

E. TEMUAN DATA

F. Pembahasan penelitian menjelaskan tentang temuan data yang akan dibahas dengan teori yang peneliti pakai dalam penelitian ini.

Program kehutanan berbasis masyarakat seperti sudah ada sejak lama, namun paradigma pembangunan kehutanan era dibawah Tahun 2000 lebih condong kepada orientasi produksi hasil hutan terutama kayu. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya ijin-ijin HPH yang dikeluarkan oleh Departemen Kehutanan, sehingga ruang hidup masyarakat yang bergantung kepada hutan menjadi termarjinalkan. Hal ini berdampak pada rusaknya ekosistem hutan dengan fungsi utama hidrologis dan ekonomi masyarakat sekitar hutan menjadi terabaikan bahkan masyarakat sulit untuk mengakses sumber daya hutan di wilayahnya sendiri karena adanya pembatasan aktifitas. Melihat kerusakan yang makin parah dan desakan berbagai pihak maka diatas tahun 2000 kementerian kehutanan mulai merubah paradigma dari wood product oriented kearah community base forest managemen, masyarakat diberi ruang untuk mengelola hutan. Dengan demikian,

berlakunya otonomi daerah (pembentukan kabupaten baru seperti Sarolangun) menyiratkan bahwa pemda harus melakukan pembangunan kehutanan yang pro-rakyat sehingga Pemda mengadopsi program-program pembangunan kehutanan berbasis masyarakat dari Kementerian Kehutanan seperti Hutan Tanaman Rakyat (HTR), Hutan Desa (9HD), Hutan Adat (HA), Hutan Kemasyarakatan (HKm), dll. adanya pengurangan hutan/penutupan hutan sekitar 25% terhitung sepuluh tahun belakang maka dibuatnya tiga program tersebut, dan mas riko sejak dibentuknya kabupaten program ini sudah diberlakukan.

Prosedur mengkampanyekan tiga program tersebut dengan cara Dengan penguatan program kehutanan berbasis masyarakat yang diterbitkan oleh Kementerian Kehutanan, maka Pemerintah Daerah mempunyai kewenangan membangun kehutanan melalui program-program seperti jawaban nomor satu diatas, dilakukan dengan (dua) cara yaitu kampanye ke seluruh kecamatan dan sebagian desa-desa yang berdekatan dengan kawasan hutan dan melalui publikasi media baik koran lokal (kabupaten) maupun provinsi. langsung terjun ke kecamatan yang dan langsung mengkampanyekan tiga program tersebut, perlunya pendekatan preventive adalah pendekatan yang lebih menekankan pencegahan sebelum terjadinya kejadian.

Dalam tiap desa yang berbatasan langsung dengan kawasan hutan lindung dan pendataan warga yang telah membuka perkebunan dalam kawasan tersebut, sebagai diharapkan jangan ada lagi penambahan ladang. melakukan koordinasi dengan pihak stake holders terkait baik itu masyarakat. Dan juga melakukan koordinasi internal seperti menyiapkan segala sesuatu sebelum melakukan kampanye, serta eksternal juga berkoordinasi dengan LSM-LSM seperti Warsih, Cinde. Media Relations merupakan bagian dari fungsi humas, khususnya sebagai alat, pendukung atau media kerjasama untuk kepentingan proses publikasi tentang berbagai kegiatan program kerja atau demi kelancaran aktivitas komunikasi humas dengan pihak publik sebagai sarannya (Ruslan, 1998:52). Media relations adalah kegiatan kehumasan dalam berhubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap organisasi. Artinya media relations berkaitan media komunikasi, promosi, pemberian informasi dan respon (Iriantara, 2005:30).

Program kegiatan sekitar kehutanan maupun sekitar lain, sosialisasi dilaksanakan pada waktu kegiatan. Musrenbag tingkat kecamatan. Namun program perencanaan-perencanaan pengembangan tidak terkait pada bagian sosialisasi kegiatan. Apakah sebelum tiga program diadakan, koordinasi dengan pihak dua kecamatan terkait yaitu Kecamatan Batang Asai, Kecamatan Limun Sejak terbentuk Kabupaten Sarolangun Tahun 1999, Tahun 2000 Dinas Kehutanan dan Perkebunan saat itu sudah mulai gencar menginisiasi pengelolaan hutan berbasis masyarakat dengan tiga pilar diatas walaupun saat itu belum keluar peraturan menteri kehutanan tentang program-program PHBM seperti HTR, HD, HKm, HA, dll. Dan Ketika program-program kehutanan tersebut digulirkan maka beberapa desa di wilayah hulu bukit bulan dan batang asai sudah cukup siap menerima program kehutanan (tidak dari nol lagi). ya sudah ada, koordinasi seperti apa yang dilakukan dengan dua kecamatan tersebut, saat sosialisasi pengelolaan bersama yang mana pemerintah daerah, pihak kecamatan dan perangkat desa duduk bersama-sama dan mencari solusi dan dukungan mulai pihak. HHK di Kabupaten Sarolangun program tersebut dilaksanakan sejak tahun tersebut karena, otonomi Kabupaten Sarolangun terpisah dari Kabupaten Merangin baru memulai tahun 1999, sebagai kegiatan tersebut secara langsung oleh pemerintah kota sejak tahun 2002.

Kapan dimulainya tiga program tersebut Realitanya sejak Tahun 2002, ketika beberapa LSM yang bergerak dibidang kehutanan seperti YLP3D memfasilitasi Hutan Kemasyarakatan, KKI-WARSI (Thn 2004) memfasilitasi Hutan Adat, FLEGT-SP (Tahun 2007) memfasilitasi HTR dan Hutan Adat, FFI (Tahun 2012) memfasilitasi Hutan Desa dan Hutan Adat. sejak tahun 2004, dikarenakan sejak tahun undang-undang nomor 41 mulai diberlakukan. Adapun bunyi-bunyi undang-undang tersebut ialah kehutanan adalah sistem kepengeurusan yang bersangkutan paut dengan hutan, kawasan hutan, dan hasil hutan yang diselenggarakan secara terpadu. Seperti dijelaskan Morrisan Promosi adalah koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan perusasi untuk penjual barang dan jasa, memperkenalkan suatu gagasan (Morrisan, 2007:13). Hutan adalah kesatuan ekosistem berupa hamparan lahan berisi sumber daya alam hayati yang didominasi pepohonan dalam persatuan lingkungannya yang satu dengan lainnya tidak dapat dipisahkan. Kawasan hutan adalah

wilayah tertentu yang ditunjuk atau ditetapkan oleh pemerintah untuk mempertahankan keberadaannya sebagai hutan tetap.

Hutan negara adalah hutan yang berada pada tanah yang tidak dibebani hak atas tanah. Hutan hak adalah hutan yang berada pada tanah yang dibebani hak atas tanah. mulai tahun 2001 program diadakan sejak adanya pengurangan hutan atau penutupan lahan sampai dengan 25% HHK di Kabupaten Sarolangun program tersebut dilaksanakan sejak tahun tersebut karena, otonomi Kabupaten Sarolangun terpisah dari Kabupaten Merangin baru memulai tahun 1999, sebagai kegiatan tersebut secara langsung oleh pemerintah kota sejak tahun 2002. Mulai kapan masyarakat merasakan perubahan kearah yang lebih baik dari dampak tiga program tersebut Sejak pertama diinisiasi pembentukan Hutan Adat Tahun 2004 dan lebih terlihat lagi pada tahun 2005 tahun 2005, setelah satu tahun berjalannya tiga program tersebut. Berubahnya perilaku dikalangan masyarakat dengan tidak lagi menembang hutan secara liar dan membuat ladang baru disekitar hutan, ya kira-kira sejak tahun tersebut, karena pada intinya masyarakat mulai membantahkan bantuan kepada tahun 2002, sebagai pada tahun-tahun berikutnya (2006-an) manfaatnya dapat dirasakan masyarakat.

a. Strategi Kampanye Kehumasan Dinas Perkebunan Dan Kehutanan Kabupaten Sarolangun Melalui Media Relations

Dalam menjalin hubungan dengan media, pihak Dinas Perkebunan Dan Kehutanan Kabupaten Sarolangun melakukan pemilihan media beradasrakan tujuan kampanye dan identifikasi sasaran dari media tersebut. Dalam hal ini, Dinas Perkebunan Dan Kehutanan Kabupaten Sarolangun menggunakan media cetak lokal. Berdasarkan wawancara dengan peneliti dipilihnya media cetkan dalam kerjasama untuk melakukan publikasi dan promosi kegiatan kampanye kawasan hutan lindung dikarenakan dengan media koran lebih cepat menyebar informasi tapi tergantung ada beberapa desa yang masyarakatnya belum bisa baca kami dari Dinas Perkebunan Dan Kehutanan Kabupaten Sarolangun langsung turun kelapangan.

b. Peran Dan Fungsi Humas Dinas Perkebunan Dan Kehutanan Kabupaten Sarolangun

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi

Peran dan fungsi Dinas Perkebunan Dan Kehutanan Dinas Kabupaten dengan melakukan Program pembangunan kehutanan berbasis masyarakat yang aturannya dikeluarkan oleh Kementerian kehutanan kemudian disambut baik oleh Pemerintah Kabupaten Sarolangun kemudian dikonsultasikan dengan Bupati, DPRD, Bappeda untuk menyusun kegiatan berbasis anggaran (APBD) sehingga setelah mendapat persetujuan dari berbagai pihak maka kami memfasilitasi dan mengkoordinasikannya dengan pihak kecamatan dan desa-desa yang memiliki potensi hutan yang baik sesuai kriteria untuk dijaga dan dilestarikan. berkoordinasi dengan dua camat dari dua Kecamatan untuk bisa berkoordinasi mengumpulkan masyarakat, serta menyediakan tempat kampanye tiga program tersebut. memfasilitasi dalam bentuk penambahan personil dan menambahkan anggaran dalam buku Colin Coulson dan Thomas. Penambahan anggaran dibagi menjadi dua bagian yang dapat dikendalikan dan yang tak dapat dikendalikan dari sudut pandang seorang manajer. Maka, perhatian hendaknya dipusatkan pada biaya-biaya tambahan yang dapat dikendalikan, setiap varian yang dapat dikendalikan antara prestasi aktual dan anggaran (Colin Coulson dan Thomas, 1990: 195). kalau-kalau anggaran dirasa kurang. memberi pengetahuan, pengertian, pemahaman kepada masyarakat, mampu mempengaruhi di menumbuhkan kesadaran pada masyarakat tidak pergi di hutan lindung sesuai yang dijelaskan (menurut Effendy dalam bukunya Hubungan masyarakat suatu komunikasi bahwa humas sangat Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi seperti dijelaskan pada tulisan diatas *Effendy dalam Rosady, 2008: 9-10*).

2. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik internal dan eksternal kedia lokal maupun LSM lokal.

Adapun kegiatan yang dilakukan humas dalam rangka membina hubungan yang harmonis dengan masyarakat yang tinggal dikawasan hutan lindung Setelah melakukan serial fasilitasi dan kampanye berkali-kali memberikan dampak terjalannya ikatan kekeluargaan yang erat antara dinas, kecamatan, desa dan masyarakat sehingga hingga saat ini hubungan formal dan informal kami tempuh karena ternyata hal itu jauh lebih efektif masyarakat sering datang dan ketemu dengan kami kapanpun dan dimanapun,

baik ketemu langsung maupun via phone. Menjaga komunikasi baik secara personal dan formal, seperti yang anda lihat ketika anda datang untuk pertam sekali kekantor kami anda melihat ada dua orang diruangan ini dua orang merupakan dua orang dari Kecamatan Batang Asai yang mau meminta bibit tanaman yaitu bibit karet itu salah satu bentuk cara kami menjaga hubungan baik. Dalam membina hubungan yang harmonis Dinas Perkebunan melakukan banyak hal seperti terus welcome terhadap kebutuhan masyarakat dengan menyediakan bibit karet serta untuk menjaga hubungan baik dengan media dilakukan dengan dua dua cara yaitu kampanye ke seluruh kecamatan dan sebagian desa-desa yang berdekatan dengan kawasan hutan dan melalui publikasi media baik koran lokal.

Kabupaten sangat dibutuhkan untuk mempercepat informasi langsung terjun ke kecamatan yang dan langsung melakukan koordinasi dengan pihak stake holders terkait baik itu masyarakat. Dan juga melakukan koordinasi internal seperti menyiapkan segala sesuatu sebelum melakukan kampanye, serta eksternal juga berkoordinasi dengan LSM-LSM seperti Warsih, Cinde. Pada dasarnya, membagi publik menjadi 2 publik internal dan publik eksternal.yang termasuk publik internal adalah para pemegang saham, manajemen dan eksekutif puncak, karyawan, dan keluarga karyawan. Sedangkan publik eksternal mencakup konsumen, penyalur, pemasok, bank, pemerintah, kompetitor, komunitas, dan pers. Upaya Public Relations melalui kegiatan komunikasi yang terorganisasi dan terencana mengambil khalayak sasaran para stakeholders tersebut. Bila stakeholdernya manajemen dan eksekutif puncak komunikasi, komunikasi melalui kegiatan rapat cukup memadai. Namun bila khalayak eksternal tidak cukup hanya rapat dibutuhkan media massa untuk menyalurkan informasi secara lebih cepat (Yosali Iriantara, 2004:46-47).

Jelaskan oleh saya sebagai peneliti dibab satu saya mengutip dari (menurut Effendy dalam bukunya Hubungan masyarakat suatu komunikasi dalam rangka membina hubungan harmonis dengan khalayak eksternal masyarakat dan khalayak internal pegawai negeri sipil Disbunhut untuk PNS Disbunhut Hubungan harmonis Effendy dalam Rosady, 2008: 9-10). dilakukan dengan melakukan bimbingan teknis (bitek), bitek dilakukan dalam bentuk pelatihan untuk meningkatkan kualitas pegawai

serta untuk menumbuhkan rasa emosional dan terjalinnya silahhturami antar pegawai diadakan yasinan, araisan serta futsal, golf, bulutangkis, dalam bukunya frank jefkins didalam Organisasi ada klub-klub sosial yang telah mapan terdapat klub sosial dan klub olahraga yang dilengkai dengan gendung mewah dilokasi yang menawan dan berbagai fasilitas kenyamann lainnya (Frank Jefkins, 2010: 178). Dalam buku Bonar hubungan karyawan bertujuan untuk. Memberikan spirit atau semangat dan kekuatan batin pada organisasi. Membentuk suatu pengabdian atau loyalitas yang baik pada pegawai-pegawai dan bawahan seluruhnya dalam perusahaan. Mengatur kerja sama antara berbagai pegawai dan berbagai macam pekerjaan tiap-tiap pegawai harus mengetahui tugasnya dengan terperinci, begitu pula hubungannya dengan karyawan-karyawan lainnya agar terdapat harmoni dan koordinasi yang sebaiknya. Disamping mengetahui tugasnya, setiap karyawan harus pula mengetahui hak-haknya dalam perusahaan. (Bonar, 1981: 62-63).

3. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.

Adapun informasi atau pesan yang disampaikan kepada masyarakat ketika melakukan kampanye Sering kami selenggarakan workshop, seminar, lokakarya, lokalatih dengan melibatkan berbagai pihak, dan tiap tahun sasaran penanaman pohon kami prioritaskan untuk daerah-daerah atau desa-desa yang telah kami fasilitasi karena lebih mudah dan terarah dalam menjalankan program yang konkrit. melakukan penanaman pohon dikawasan hutan lindung, melakukan penanaman pohon HHBK dikawasan hutan lindung, sebagai masyarakat dapat memfaatkan hasilnya karena didalam hutan lindung dilarang mengambil kayu. (menurut Effendy dalam bukunya Hubungan masyarakat suatu komunikologi . Dengan menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini publik kepada organisasi Effendy dalam Rosady, 2008: 9-10). Dalam buku Dan Lattimore kerja public relations semuanya terkait dengan membangun hubungan yang efektif antara organisasi dengan pihak-pihak yang dianggap penting oleh organisasi tersebut, seperti media, pelanggan, pekerja, investor, pemimpin masyarakat, kelompok aktivis dan badan pemerintahan. Hubungan ini harus saling menguntungkan untuk kedua belah pihak. Komunkasi dua rah yang efektif juga mengimpilikasikan doing well by doing good

(melakukan hal baik dengan cara yang bagus). (Dan Lattimore, 2010: 6). kami selalu memberikan filosofi kehutanan disetiap melakukan kampanye filosofi hutan selalu kami sampaikan Tuhan, Tahun, Hantu dan Kehutanan. Tuhan : Hutan diciptakan tuhan untuk kehidupan makhluk hidup. Tahun : setiap tahunnya selalu terjadi kerusakan hutan. Disampaikan Widjaja Pertama yaitu fungsi informatif yang mana bersifat memberi keterangan atau fakta dan kemudia khalayak sasaran kampanye mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri (Widjaja, 2003:32). Hantu : kalau kerusakan hutan terjadi ini sama saja seperti hantu momok yang sangat menakutkan, karena bisa terjadi bencana alam dikarena kerusakan hutan yang mengakibatkan hutan tidak bisa lagi menyerap air dengan baik seperti yang terjadi diwarrior dan yang terjadi di mentawai. Itu diakibatkan kerusakan hutan. Kehutanan : kalau dibalik jadi ketuhanan jadi kami dinas perkebunan dan kehutanan diamanahkan oleh tuhan untuk menjaga hutan, melestarikan hutan serta mengembangkan hutan bersama-sama masyarakat.

Dalam menyalurkan opini masyarakat atas tiga program masyarakat Sekecil apapun aspirasi yang membangun, membina dan memperbaiki untuk kehutanan ke arah konservasi selalu terbuka untuk Dinas Perkebunan dan kehutanan Kab. Sarolangun baik secara langsung maupun tidak langsung, formal maupun informal, oleh perangkat pemerintah maupaun secara perorangan/kelompok. hanya saja tidak semua aspirasi yang ditampung dapat diakomodir melalui kegiatan berbasis dana APBD/APBN karena keterbatasan dana dan volume sasaran. langsung turun kelapangan untuk mendengar opini/pendapat yang ada dimasyarakat, dengan cara mendengarkan aspirasi dan kritik serta masukan untuk penambahan bibit. Dalam buku Bambang Herimanto dijelaskan pula bahwa perkembangan dalam masyarakat, PR dan organisasi mengadakan pendekatan kepada opini publik untuk mendapatkan masukan yang diperlukan, kemudian diolah, diintegrasikan yang perlu sehingga menemukan stratgei baru PR dalam organisasi sesuai dengan kebutuhan, dan keinginan bersama. (Bambang Herimanto, 2007: 137).

4. Melayani publik dan menasihati pimpinan organisasi demi kepentingan umum

Memberikan pelayanan apa saja yang dibutuhkan seperti masyarakat seperti memberikan bibit tanaman hias hingga segera tanggap laporan masyarakat contohnya ada insiden illegal logging dan pembakaran hutan kami langsung trun kelapangan. Hubungan

dengan kepala dinas melalui Formal : Nota Dinas dan telaah staf. Kedua dari yang disampaikan Widjaja yaitu fungsi persuasif, yang mana pesan komunikasi berisikan bujukan untuk membangkitkan pengertian kesadaran khalayak sasaran bahwa apa yang disampaikan dapat menghasilkan perubahan sikap atas kehendak sendiri (Widjaja, 2003:32). Dalam melakukan pelayanan terhadap masyarakat dikawasan hutan lindung Kami berusaha untuk mengakomodir keinginan masyarakat yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan berdasarkan aturan yang berlaku serta mempermudah alur birokrasi bagi masyarakat yang mengajukan usulan program pembangunan kehutanan oleh masyarakat sekitar kawasan hutan. Ketiga dalam bukunya Widjaja yaitu fungsi koersif adalah menyampaikan pesan bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi apabila tidak dilaksanakan (Widjaja, 2003:32). Selalu siap berpartisipasi kapanpun masyarakat membutuhkan (mengapa memilih jawaban , yang mana pegawai adalah pelayan masyarakat. (menurut Effendy dalam bukunya Hubungan masyarakat suatu komunikasi Dalam melayani publik dan menasihati pimpinan organisasi demi kepentingan umum *Effendy dalam Rosady, 2008: 9-10*). Memberikan pelayanan apa saja yang dibutuhkan seperti masyarakat seperti memberikan bibit tanaman hias hingga segera tanggap laporan masyarakat contohnya ada insiden illegal logging dan pembakaran hutan kami langsung trun kelapangan.

Hubungan dengan kepala dinas melalui Formal : Nota Dinas dan telaah staf Face to face berupa tatap muka ketika rapat. Nota dinas dalam buku Frank Jefkins setiap pegawai yang memiliki komentar, ide-ide cemerlang, keluhan atau bahkan kecaman pedas terhadap atasan atau perusahaan dipersilakan menyampaikannya secara anonim melalui kotak-kotak saran tersebut. Face to face dijelaskan juga oleh Frank Jefkins pembicaraan tatap muka secara pribadi dan langsung sejak dahulu sampai sekarang merupakan salah satu cara yang paling efektif untuk memperlihatkan sikap terbuka pihak manajemen. Adapun kelebihan cara ini dibanding dengan penyampaian pesan melalui kaset video, atau siaran video adalah sipegawai atau bawahan dapat mengajukan komentar atau pertanyaan dan menyatakan pendapat atau isi hatinya secara langsung (Frank Jefkins, 1995: 174-175).



Gambar 3.1 Menunjukkan.Disbunhut melakukan kampanye di Kecamatan Batang Asai.

c. Kampanye Publi Relations Dinas Perkebunan Dan Kehutanan Kabupaten Sarolangun

Manajemen kampanye public relations yang seperti apa yg diterap PR Dinas Perkebunan dan Kehutanan dalam melakukan kampanye tiga program tersebut. Kami lebih memilih jalur yang komunikatif melalui pendekatan kepada masyarakat terutama tokoh-tokoh adat dan pemuka agama, kemudian mengoptimalkan pemahaman melalui serial pertemuan di desa/kecamatan/kabupaten, mengundang masyarakat untuk mengikuti pelatihan tentang kehutanan dan melibatkan secara aktif kelompok masyarakat yang peduli hutan utk konservasi menjadi fasilitator didesanya sendiri sehingga mereka lebih sering bertemu menyampaikan sosialisasi tersebut kepada masyarakat dengan gaya dan bahasa ala desa. Kami terbantu dengan pola ini untuk penyampaian kampanye yang efektif sementara kami menyiapkan perangkat penting yang tidak terjangkau oleh fasilitator desa.

Melakukan kampanye tidak terlalu memakai manajemen yang baku atau yang tetap tapi dilakukan dengan dinamis dan cepat. Masyarakat dengan kata-kata saja tidak cukup hanya dengan pengetahuan mereka perlu praktek seperti bagaimana menanam kayu gaharu dan itu lebih diawal dipraktikkan oleh pegawai Disbunhut yang melakukan kampanye saat itu juga. memberi pengetahuan, pengertian, pemahaman kepada masyarakat mampu mempengaruhi dimenumbuhkan kesadaran pada masyarakat tahun fungsi dari hutan lindung.

Dampak apa yang diciptakan dari tiga program tersebut dalam waktu dan periode tertentu setelah program tersebut dikampanyekan. Sangat besar dampak positifnya. Hutan aman, udara dan air bersih tersedia sepanjang tahun, mereka dapat mengambil hasil hutan bukan kayu tanpa merusak hutan karena mereka patuh dan diikat oleh aturan-aturan adat yang sangat ketat, sehingga Hutan Terjaga Masyarakat Menikmati Hasil Hutannya secara lestari. Rogers dan Storey kampanye sebagai serangkaian kegiatan komunikasi yang terorganisasi dengan tujuan untuk menciptakan dampak tertentu terhadap sebagian besar khalayak sasaran berkelanjutan dalam periode waktu tertentu Dalam (Rosady, 2005:23). Kelastarian hutan dan fungsi lahan & hutan dalam memperkuat ekonomi kerakyatan serta meningkatkan kesejahteraan, kelestarian hutan dengan cara melakukan penanaman pohon atau reboisasi penanaman hutan kembali dan dalam memperkuat ekonomi masyarakat Dinas Perkebunan dan Kehutanan juga membagikan bibit secara gratis seperti bibit karet, bibit sawit, tanaman hias. berubahnya perilaku seperti tidak lagi menumbang pohon secara liar, dan masyarakat mulai memanfaatkan tidak hanya menebang pohon untuk mendapatkan ekonomi dan sekarang mulai melakukan penanaman pohon rotan dan pohon jernang. tujuan di pemanfaatan fungsi tentang, mampu meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

Rasa kepercayaan seperti apa yang timbul dimasyarakat setelah diadakannya tiga program tersebut Membangun Kehutanan dengan konsep konservasi bukan seperti kita menjual kayu untuk cepat dapat uang dan hanya dinikmati oleh sekelompok orang, namun kampanye dan tersebut sebagai modal investasi bagi keberlangsungan kehidupan anak cucu mereka. Kami menyampaikan kemungkinan terburuk dampak kerusakan hutan jika tidak sejak dini dijaga dan dilestarikan, dengan demikian melalui tokoh-tokoh masyarakat disampaikan secara bertahap untuk memupuk rasa percaya diri menumbuhkan rasa memiliki yang tinggi terhadap keutuhan dan kelestarian hutan. Masyarakat mulai percaya dengan kami Menurut Koballa dalam Antar Banyak hal terkait isi pesan, mulai dari materi pendukungnya, visualisasi pesan, isi negatif pesan, pesan emosional, pendekatan rasa takut, kreativitas humor, serta pendekatan kelompok rujukan banyak penelitian menemukan bahwa material pendukung seperti ilustrasi dan kejadian bersejarah dalam sebuah pesan sangat mempengaruhi perubahan sikap orang yang menerima pesan tersebut (Venus, Antar. 2004:70-74).

Karena masyarakat mulai merasakan dampak dari kampanye yang dilakukan seperti dampak ekonomi masyarakat setelah bisa mengambil hasil dari kayu rotan yang mereka tanam, dan jernang serta air sawah bisa dialirkan dengan baik. Dalam hal melakukan pendekatan kemasyarakatan pendekatan seperti apa yang dilakukan. Pendekatan dengan cara memotivasi, banyak kami memotivasi perlunya menjaga lingkungan hutan untuk kebersihan udara dan melakukan motivasi tentang bagaimana ekonomi masyarakat dari yang dulu ilegal logging kayu, dipindahkan ke ekonomi yang lebih tidak merugikan hutan seperti produksi rotan, jernang. pendekatan dengan cara motivasi, motivasi yang kami lakukan dalam bentuk hutan perlu dijaga dan dilestarikan karena hutan dapat menyehatkan lingkungan. Serta baru-baru ini dunia tepatnya uni eropa baru saja mengusung program karbon reed.

Karbon reed semacam penghargaan untuk masyarakat dikawasan hutan yang mampu menjaga hutan dengan baik. Penghargaan berbentuk uang yang diberikan untuk mengembangkan ekonomi masyarakat dikawasan hutan. Selain memberikan penghargaan Karbon Reed juga bertujuan (Satu) Mengembangkan kebijakan REDD+ nasional yang memperkuat partisipasi masyarakat dan peran pemerintah daerah dalam pengelolaan hutan. (Dua) mengembangkan prosedur sub-nasional REDD+ dan peraturan di empat lokasi percontohan dengan partisipasi aktif masyarakat sipil. (Tiga) menetapkan CCP , dengan mekanisme pembagian manfaat , berdasarkan pengelolaan hutan oleh masyarakat di empat lokasi percontohan. (Empat) memastikan hutan Bernilai Konservasi Tinggi (NKT) dilindungi di lanskap proyek percontohan (Community Carbonpool).

Menciptakan pengetahuan, pengertian, pemahaman, kesadaran, minat terhadap masyarakat dikawasan hutan lindung seperti memberikan penting melindungi hutan dan menerapkan PSK (pengetahuan, sikap, dan ketrampilan), dan mengalihkan ekonomi rakyat kearah yang lebih baik tidak menambang hutan lagi seperti memproduksi rotan dan jernang yang satu Kg jernang seharga empat juta. gagasan, pengetahuan, kesadaran apa saja yang diberikan kepada masyarakat dalam rangka membangun kesadaran masyarakat ketika melakukan kampanye tiga program. Masyarakat desa sekitar hutan ini mereka tidak bisa hanya diberi motivasi atau diskusi-diskusi saja, sulit bagi mereka untuk memahami maksud dan tujuan pembangunan kehutanan berbasis masyarakat secara lugas. Proses

dan bentuk kampanye melalui komunikasi tersebut antara lain merupakan penyebaran informasi, pengetahuan, gagasan, atau ide untuk membangun atau menciptakan kesadaran dan pengertian melalui teknik komunikasi Dalam (Rosady, 2005: 67). Yang mereka butuhkan adalah adanya pemberian pemahaman dan contoh konkret untuk diimplementasikan bersama-sama masyarakat.

Dengan begitu, secara langsung maupun tidak langsung penyampaian pemahaman untuk membangun kesadaran masyarakat akan lebih efektif. Harus ada demplot terhadap program kehutanan yang dikampanyekan. Contoh : kita mendorong Hutan Adat, HTR, HKM atau Hutan Desa paling efektif. Satu - satu, lima bulan penyampaian materi dibarengi dengan survey lapangan untuk mengetahui potensi-potensi sesuai syarat yang ditentukan berdasarkan aturan kementerian hingga pengukuran dilapangan. menciptakan kesadaran, membangun motivasi, dalam hal menciptakan rasa kesadaran kami memberikan contoh pada tahun 2013 terjadi pembakaran hutan seluas 4 hektar yang dilakukan oleh 1 kelompok tani dengan beralasan ingin membuka lahan baru tapi dari kasus ini kami lakukan proses secara hukum kepada kelompok tani tersebut dan setelah itu kami lakukan pembinaan dari kasus tersebut secara tidak langsung kesadaran masyarakat kami ciptakan dengan tindakan tegas yang kami lakukan terhadap masyarakat yang melanggar aturan dan melakukan pembinaan yang berisikan motivasi yang positif. Pengetahuan memberikan pengetahuan bahwa hutan perlu dijaga hutan perlu dijaga karena hutan adalah nyawa kehidupan dan bagaimana cara. Melestarikan hutan (satu) menenbang hutan sudah tua saja, penenbangannya juga harus diberi jarak, tidak dari satu lokasi ditebang semua. (dua) setelah menenbang pohon yang sudah tua harus menanam pohon yang baru agar kelestarian hutan tetap dijaga. (tiga) mencegah penenbangan liar dan pembakaran secara liar (empat) melakukan penghijauan, penghijauan merupakan penanam kembali hutan yang sudah gundul. Penghijauan tersebut sangat penting untuk mencegah hutan menjadi musnah (cara melestarikan hutan 16-06-2012).



Gambar 3.2 Menunjukkan kampanye yang diselenggarakan diKecamatan Limun.

Contohnya mas satu hektar hutan bisa menghidupi 200 orang melalui oksigen yang baik yang dihasilkan dari hutan. motivasi-motivasi merupakan faktor yang sangat penting dalam melakukan sosialisasi, sebagai mampu menumbuhkan perbaikan tentang tata kelola hutan. Kunci utama dalam melakukan kampanye di masyarakat adalah membuat masyarakat sadar akan bahaya kerusakan hutan sehingga mereka tertarik, paham dan tergerak untuk menjaga dan emelstarikan hutan, tidak dengan slogan-slogan, paradigma dan janji-janji. lebih memfokuskan perhatian pada permasalahan ketika menggunakan cara kampanye, mempermudah pemahaman terhadap program yang akan disampaikan, lebih cepat menggunakan cara kampanye karena masyarakat lebih cepat mengerti dan masyarakat lebih sering mendengarkan kata-kata kampanye. ya.

Dikarenakan cara kampanye sangat efektif untuk digunakan untuk sekarang. Kata-kata kampanye sangat familiar ditelinga masyarakat. Tapi biasanya kami juga sering menggunakan kata-kata penyuluhan sosialisasi. lebih tepat pada sasaran (masyarakat), mungkin lebih tepat secara angsuran. Apa alasan yang membuat Dinas Perkebunan dan Kehutanan memilih cara kampanye dalam bersosialisasi Kunci utama dalam sosialisasi di masyarakat adalah membuat masyarakat sadar akan bahaya kerusakan hutan sehingga mereka tertarik, paham dan tergerak untuk menjaga dan emelstarikan hutan, tidak dengan slogan-slogan, paradigma dan janji-janji. cara kampanye sangat efektif untuk digunakan untuk sekarang. Kata-kata kampanye sangat

familiar ditelinga masyarakat. Tapi biasanya kami juga sering menggunakan kata-kata penyuluhan sosialisasi.

Dalam rentan satu tahun beberapa kali sosialisasi/kampanye yang dilakukan untuk tiga program. Disesuaikan dengan Dana APBD dalam buku Rosady Ruslan Metode kampanye public relations dilakukan secara berencana, sistematis, memotivasi, psikologis, dan dilakukan berulang-ulang serta kontinu repetition and continue (Rosady, 2005: 68). yang tersedia atau bahkan frekuensinya bisa lebih karena adanya support budget dari Pihak Ketiga seperti funding LSM. tergantung anggaran kalau anggarannya banyak bisa satu-sepuluh kali. Dalam satu tahun 12 kali kami melakukan itu secara formal, itu anggarannya sudah ada. Kalau sifatnya insidental bisa tak terhitung misal adanya laporan pembakaran hutan dan illegal logging kami langsung turun kelapangan. Satu - Lima disesuaikan dengan banyaknya program-program angsuran pemerintah pada setiap tahunnya. mengapa menggunakan cara kampanye dalam melakukan penyebaran informasi tiga program tersebut,

Rasa kepercayaan seperti apa yang timbul dimasyarakat setelah diadakannya tiga program tersebut Membangun Kehutanan dengan konsep konservasi bukan seperti kita menjual kayu untuk cepat dapat uang dan hanya dinikmati oleh sekelompok orang, namun kampanye dan tersebut sebagai modal investasi bagi keberlangsungan kehidupan anak cucu mereka. Kami menyampaikan kemungkinan terburuk dampak kerusakan hutan jika tidak sejak dini dijaga dan dilestarikan, dengan demikian melalui tokoh-tokoh masyarakat disampaikan secara bertahap untuk memupuk rasa percaya diri menumbuhkan rasa memiliki yang tinggi terhadap keutuhan dan kelestarian hutan. Masyarakat mulai percaya dengan kami.

Karena masyarakat mulai merasakan dampak dari kampanye yang dilakukan seperti dampak ekonomi masyarakat setelah bisa mengambil hasil dari kayu rotan yang mereka tanam, dan jernang serta air sawah bisa dialirkan dengan baik. Dalam hal melakukan pendekatan kemasyarakat pendekatan seperti apa yang dilakukan. Pendekatan dengan cara memotivasi, banyak kami memotivasi perlunya menjaga lingkungan hutan untuk kebersihan udara dan melakukan motivasi tentang bagaimana ekonomi masyarakat dari yang dulu ilegal logging kayu, dipindahkan ke ekonomi yang lebih tidak merugikan

hutan seperti produksi rotan, jernang. pendekatan dengan cara motivasi, motivasi yang kami lakukan dalam bentuk hutan perlu dijaga dan dilestarikan karena hutan dapat menyehatkan lingkungan. Serta baru-baru ini dunia tepatnya uni eropa baru saja mengusung program karbon read. Karbon read semacam penghargaan untuk masyarakat dikawasan hutan yang mampu menjaga hutan dengan baik. Penghargaan berbentuk uang yang diberikan untuk mengembangkan ekonomi masyarakat dikawasan hutan.

d. Strategi Disbunhut Kabupaten Sarolangun Dalam Upaya Mencapai Tujuan tiga Program Dalam Kampanye Public Relations

1. Pesan Dibuat Sedemikian Rupa Dan Selalu Menarik Perhatian

Dalam mencapai strategi dibutuhkan pesan atau informasi yang akan disebarkan informasi yang disampaikan dinas perkebunan dan kehutanan kabupaten sarolangun menurut hasil wawancara yang saya dapat Nara sumber penting adalah tokoh masyarakat yang memahami tentang sejarah adat akan jauh lebih efektif daripada pakar yang hanya melihat permasalahan dari kulitnya saja. Keterlibatan masyarakat jauh lebih strategis dalam menggali informasi dan masukan yang berharga menurut Wilbur Schramm didalam bukunya, *the Process Of Effects Of Mass Communications* mengatakan pesan dibuat sedemikian rupa dan selalu menarik (Fitri, 2005: 36-37). Mengundang pakar-pakar dari yang mengerti tiga program tersebut, seperti pernah kantor mengundang pakar kehutanana dari Institut Pertanian Bogor untuk melihat potensi hutan di Batang Asai pada tahun 2010.

2. Pesan dirumuskan melalui lambang-lambang yang mudah dimegerti oleh komunikan.

Melakukan penyebaran informasi juga mengajak masyarakat menonton film biasanya antusias masyarakat akan tinggi apa bila di janjikan nonton film komedi dan setelah baru kita nonton film tentang dokumenter tentang hutan. Gambar-gambara apa saja untuk membantu masyarakat dikawasan hutan lindung dalam memahami dengan lebih mudah pesan dari tiga program tersebut Melalui survey potensi desa dalam menyusun Rencana Tata Ruang Desa (RTRD) secara partisipatif seperti : Pemetaan lokasi hutan, survey potensi, pemetaan sosial ekonomi dan tata ruang desa, pemasangan

patok batas dan papan peringatan. Ada, dengan penggunaan banner dan leaflet serta spanduk berisikan informasi program yang akan diadakan. menurut Wilbur Schramm didalam bukunya, *the Process Of Effects Of Mass Communications* Pesan dirumuskan melalui lambang-lambang yang mudah dipahami atau dimengerti oleh komunikan (Fitri, 2005: 36-37). Larangan-larangan merusak pohon / hutan telah diatur dalam peraturan desa, sehingga pembatasan terhadap pengambilan hasil hutan kayu dan non kayu menjadi perhatian masyarakat. hutan merupakan tempat berlindung dari bencana alam seperti banjir, hutan lindung merupakan areal perlindungan, dimana dapat mengambil manfaat dari HHBK dan jasa lingkungannya untuk meningkatkan ekonomi kemasyarakatan. Masyarakat membutuhkan sawahnya dialiri air dengan baik. Tentang kesehatan lingkungan serta bagaimana cara menanam gaharu. Dalam bukunya Colin Coulson dan Thomas pesan yang akan kita sampaikan hendaknya berasal dari masalah kita dan berkaitan dengan sasaran kita. Pesan dapat bersifat tunggal atau berbeda-beda, tergantung dari kebutuhan masyarakat yang kita hadapi. Pesan-pesan dapat bersifat strategis dan taktis. jika ada kecockan waktu dia antara kita dan masyarakat, maka kerap disarankan agar menggunakan pesan stratgeis yang dapat diterapkan secara taktis. (Colin Coulson dan Thomas, 1990:37). Intinya pohon-pohon alam merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam menjaga sumber daya alam serta untuk mempertahankan ekosistemnya dapat mencegah bencana alam.

3. Pesan menimbulkan kebutuhan pribadi dari komunikannya

Adakah informasi yang disampaikan dari kampanye 3 program tersebut yang sesuai dengan situasi dan keadaan kondisi dari masyarakat yang tinggal dikawasan hutan lindung. Ada, dengan banyak permasalahan ditemukan dimasyarakat seperti penebangan hutan liar. menurut Wilbur Schramm didalam bukunya, *the Process Of Effects Of Mass Communications* Pesan merupakan kebutuhan yang dapat dipenuhi, sesuai dengan situasi dengan keadaan kondisi dari komunikan. Pesan tersebut berupa ide, pikiran, infromasi, gagasan, dan perasaan (Fitri, 2005: 36-37). Masyarakat membutuhkan sawahnya dialiri air dengan baik. Tentang kesehatan lingkungan serta bagaimana cara menanam gaharu. tentunya setiap melalui metode sosialisasi disesuaikan dengan kondisi *social* masyarakat

lingkungannya. tentunya setiap melalui metode sosialisasi disesuaikan dengan kondisi social masyarakat lingkungannya.

e. Proses Transfer Pada Public Reltions Disbunhut

Penemuan Fakta Dilapangan apa saja yang diTemukan apabila tujuan dari tiga program tersebut tidak tersampaikan dengan baik. Jika ada kegiatan illegal di dalam kawasn hutan lindung maka masyarakat yang mengetahuinya segera melaporkannya kepada tokoh-tokoh penting masyarakat berpengaruh di desa. Ada, dengan banyak permasalahan ditemukan dimasyarakat seperti penebangan hutan liar. faktor penghambat seperti banyak stakeholder menghambat program disbunhut untuk kepentingan seperti orang-orang illegal logging dan orang-orang yang menolak adanya program tersebut. tentunya setiap ditemukan fakta dilapangan akan dilakukan upaya tindak lanjut, serta pembahasan-pembahasan diskusi lebih lanjut di kantor disbunhut. Perencanaan seperti apa yang dilakukan Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Sarolangun setelah menemukan Fakta dilapangan yang tidak mencapai tujuan dari tiga program yang telah disosialisasikan/dikampanyekan. Melakukan konsultasi dan koordinasi dengan pihak camat dan desa. Melakukan konsultasi dan koordinasi dengan bidang terkait di internal Disbunhut. Seandainya setelah melakukan berbagai upaya dalam program kampanye PR (PR campaign programmer), baik melalui publikasi atau promosi yang dilanacarkan tersebut ternyata opini publik dalam posis yang tidak menguntungkan perusahaan atau produk bersangkutan, artinya akan memperoleh tanggapan negative atau citra citra negative, maka untuk menciptakan citra positif atas lembaga atau organisasi yang diwakilinya melalui prosedur teknik public relations, menurut Scott M. Cutlip dan Allen H. Ceneter, solusinya dimulai dari. Penemuan fakta dilapangan (fact finding). Perencanaan (plaaning) program kerja kampanye yang disusun;. Teknik komunikasi (communication) yang dipergunakan. Pengevaluasian (evaluation) semua program kerja PR campaign dari awal hingga mengkomunikasikan pesan tersebut. Jika ternyata hasil dari program kampanye PR tersebut tidak memuaskan berbagai pihak dan tidak memperoleh citra yang diharapkan, mungkin disebabkan sala satu komponen atau korelasi dari bauran komunikasi (communication mix) tidak berfungsi sebagaimana seperti dijelaskan sebagai berikut (Rosady, 2012:39).

Melakukan konsultasi dan koordinasi lintas institusi. Hasil konsul dan kordinasi tersebut, Kami merumuskan untuk mengambil langkah-langkah penting untuk segera mengatasi masalah tersebut. Karena jika kami lambat merespon fakta-fakta negatif dilapangan maka akan mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap program kehutanan. evaluasi merupakan faktor terpenting dalam sebuah capaian program kegiatan, untuk melakukan perbaikan dan penyempurnaan. Aksi seperti apa yang akan dilakukan Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Sarolangun setelah membuat perencanaan diatas. Disbunhut tidak akan mampu mengerjakan sendiri tanpa dukungan berbagai pihak baik lintas intitusi pemerintah, swasta maupun pemerhati lingkungan. Perencanaan tersbut haruslah terintegrasi dengan baik mulai dari perencanaan, pengaturan, pelaksanaan hingga pengawasan yang juga tidak lepas dari dukungan dana, saran dan prasarana yang memadai. perbaikan program kampanye, melakukan perubahan pola pikir masyarakat yang terlanjur membuka lahan dengan melakukan penanaman tanaman kayu dalam ladang mereka. langsung ketemu dengan yang menjadi faktor penghambat dalam mengkampanyekan program.

Keterlibatan multipihak dalam pelaksanaan kegiatan adalah upaya untuk mencapai sebuah tujuan hubungan program. (Pemerintah, Masyarakat, LSM/NGO, Tokoh Adat, Agama. Evaluasi Seperti apa yang dilakukan Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Sarolangun dari Perencanaan dan kegiatan Kampanye. Hasil atau Output tidak akan baik jika tidak direncanakan secara terintegral, haruslah memikirkan berbagai aspek karena makin lama kebutuhan masyarakat dan tekanan kepentingan lain terhadap hutan semakin tinggi jika tidak dirancang untuk pembangunan kehutanan secara konersasi. evaluasi dari staff yang ada dilapangan, evaluasi ditingkat disbunhut yang dievaluasikan oleh kepala dinas dalam buku Colin Coulson dan dan Thomas Laporan yang disampaikan melalui pidato pemimpin industri dan orang-orang penting lainnya, jika dimonitor dapat menghasilkan gambaran yang mengacu pada organisasi kita dan kegiatannya (Colin Coulson dan Thomas, 1990:216). Hingga dikementarian pusat. evaluasi dilakukan pada setiap tahapan kegiatan. Perencanaan, sosialisasi, pelaksanaan, kekurangan.

G. Kesimpulan

Dinas Perkebunan Dan Kehutanan Kabupaten Sarolangun merupakan salah satu Dinas perkebunan dan kehutanan yang sangat memfokuskan terjaganya hutan dan sangat memikirkan masyarakat sekitar hutan seperti yang tertuang dalam visi-misi visi “Terwujudnya kelestarian fungsi kebun dan hutan sebagai penyangga kehidupan, memperkuat ekonomi, kerakyatan serta meningkatkan kesejahteraan yang berkeadilan”. Visi tersebut juga didukung dengan misi yang menjadi pernyataan umum dalam merumuskan tujuan organisasi yang diinginkan. Adapun misi dalam mendukung pengelolaan hutan dan lahan di Kabupaten Sarolangun antara lain. Meningkatkan fungsi dan pemanfaatan hutan, meningkatkan usaha ekonomi rakyat dalam bidang kehutanan dan perkebunan. Dari analisis dan pembahasan sebelumnya, ditemukan dan diketahui tentang strategi komunikasi kehumasan kampanye Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Sarolangun dalam program penyadara masyarakat yang tinggal dikawasan hutan lindung. Maka pada bab ini dapat ditarik beberapa kesimpulan terkait jawaban dari rumusan masalah yang dikaji peneliti. Indikator-indikator tersebut diuraikan sebagai berikut :

1. Dalam strategi kampanye public relations yang dilakukan oleh Dinas Perkebunan Dan Kehutanan Kabupaten Sarolangun, pelaksanaan kampanye penyadaran masyarakat dikawasan hutan lindung dibagi menjadi 3 program. Program konservasi dan reboisasi. Program Rehabilitasi hutan dilakukan melalui strategi kampanye public relations secara face to face dan melalui media relations.

Melalui komunikasi langsung dalam hal ini yaitu Dinas Perkebunan Dan Kehutanan Kabupaten Sarolangun bekerja sama dengan beberapa pihak terutama dengan perangkat desa dan kepala adat desa dan juga beberapa LSM yaitu LSM Cinde dan LSM Warsih secara perusatif preventif melakukan komunikasi secara langsung kepada masyarakat dikawasan hutan bisa ditarik kesimpulan bahwa peran dan fungsi humas dinas perkebunan dan kehutanan dalam membantu memfasilitasi program sangat terlihat dan humas juga membantu memfasilitasi pelayanan publik dengan pendyediaan bibit karet, serta

untuk merekat hubungan antar pegawai dibuat arisan dan futsal serta golf untuk menjalin ikatan emosional antar karyawan dan untuk menyampaikan pendapat karyawan Humas Disbunhut memfasilitasi nota dinas untuk penyampain pendapat kepada kepala dinas.

