# PERAN HUMAS PEMERINTAH KOTA BANDA ACEH DALAM MENJALANKAN PROGRAM CAR FREE DAY PERIODE AMINULLAH USMAN DAN ZAINAL ARIFIN

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh**

**KHAIRA AULIANI**
**NIM. 140401131**
**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY**
**BANDA ACEH**
**1440 H / 2019 M**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi**
**UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh**
**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh**
**Gelar Sarjana S-1 Dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi**
**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Oleh**

**KHAIRA AULIANI**
**Nim: 140401131**

**Disetujui Oleh:**

**Pembimbing I,**

**Drs. Yusri, M.Lis**
**NIP. 196712041994031004**

**Pembimbing II,**

**Syahril Furqany, M.I.Kom**
**NIDN. 1328048901**

**SKRIPSI**

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi**
**Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry**
**dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai**
**Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar**
**Sarjana S-1 Ilmu Dakwah**
**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Diajukan Oleh**

**KHAIRA AULIANI**
**NIM. 140401131**

**Pada Hari/Tanggal**

**Jum'at, 25 Januari 2019 M**
**19 Jumadil Awwal 1440 H**

**di**
**Darussalam-Banda Aceh**

**Panitia Sidang Munaqasyah**

**Ketua,**

**Drs. Yusri, M.Lis**
**NIP. 196712041994031004**

**Sekretaris,**

**Syahril Furqany, M. I.Kom**
**NIDN. 1328048901**

**Anggota I,**

**Ridwan Muhammad Hasan, Ph. D**
**NIP. 19710413200501102**

**Anggota II,**

**Fajri Chairawati, S.Pd.I., M.A**
**NIP. 197903302003122002**

**Mengetahui,**
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry**

**Dr. Fakhri, S. Sos., MA**
**NIP. 196411291998031001**

# PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Khaira Auliani

NIM : 140401131

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 18 Januari 2019

Yang Menyatakan,

Khaira Auliani

NIM. 140401131

# ABSTRAK

Penelitian ini berjudul ***"Peran Humas Pemerintah Kota Banda Aceh dalam Menjalankan Program Car Free Day Periode Aminullah Usman dan Zainal Arifin".*** Humas adalah suatu kegiatan yang sangat berperan penting dalam setiap instansi pemerintahan. Humas yang mengatur jalannya interaksi antara pemerintah dengan masyarakat. Humas sangat berperan untuk mengembangkan hubungan yang harmonis antara Pemerintah dengan masyarakat. Dengan tujuan untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi. Namun yang menjadi masalah penelitian ini terdapat di peran Humas Pemerintah Kota Banda Aceh, faktor yang menjadi penghambat, media yang digunakan dan cara Humas Pemerintah Kota Banda Aceh dalam menjalankan kerja sama dengan sponsor. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peran Humas, faktor penghambat, media yang digunakan dan kerja sama dengan sponsor. Penelitian di atas menggunakan teknik penelitian kualitatif. Dimana peneliti terjun langsung ke lapangan untuk melakukan observasi, wawancara dan mencari dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran humas bertujuan untuk menyatukan Pemerintah dengan masyarakat dengan ini masyarakat merasa tidak ada pembatas antara Pemerintah kota Banda Aceh dengan masyarakat, mengelola media sosial dengan baik agar pesan yang disampaikan kepada masyarakat tersampaikan dengan baik, menjalin hubungan baik dengan media lain untuk dapat mempromosikan hari bebas mobil dan juga mengevaluasi opini publik dengan menghapus pemikiran yang negatif dari masyarakat terhadap isu yang beredar. Kemudian yang menjadi faktor penghambatnya yaitu berupa padamnya listrik, cuaca yang tidak stabil dan juga masyarakat yang tidak mematuhi aturan. Selanjutnya media yang digunakan berupa media luar ruangan, media dalam ruangan seperti radio, baliho, dan surat kabar serta komunikasi langsung. Humas Pemerintah Kota memiliki cara tersendiri untuk menawarkan kerja sama dengan sponsor, pertama sponsor dapat mempromosikan produk tanpa harus mengumpulkan masyarakat, tema yang dibuat setiap minggunya berbeda, mendapatkan opini baik dari masyarakat dan mencari tau pendapat masyarakat mengenai perusahaan.

**Kata Kunci : Peran Humas, *Car Free Day*, dan Media**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji serta syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah *Subhanahu Wata'ala* atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kesehatan jasmani dan rohani bagi setiap hamba-Nya. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah atas Nabi Muhammad SAW, keluarganya, sahabatnya, dan seluruh Umat Islam yang terlena maupun terjaga atas sunnahnya.

Alhamdulillah berkat pertolongan Allah Subhanahu Wata'ala, proses penulisan Skripsi bisa terselesaikan, dan ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Strata satu (S1) pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Adapun pedoman penulisan skripsi ini berpedoman kepada buku panduan penulisan skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry. Untuk itu, penulis memilih judul skripsi "***Peran Humas Pemerintah Kota Banda Aceh dalam Menjalankan Program Car Free Day Periode Aminullah Usman dan Zainal Arifin***". Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan ribuan terima kasih yaitu kepada :

1. Keluarga tercinta, terutama Alm Ayahanda Umar Awahab dan Ibunda Azizah yang telah membesarkan, mendidik, memberikan motivasi, dukungan, mencurahkan cinta dan kasih sayangnya serta lantunan doa yang begitu kuat untuk penulis, sehingga skripsi ini selesai.
2. Kakak-kakak tercinta Laila Dewi, Sri Riza Wati, Nizar Wati dan Maizar Auliana yang telah banyak membantu Penulis, abang-abang tersayang

Agus Mawar dan Fitriansyah Putra yang sudah memberikan motivasi, dukungan dan doa kepada penulis.

3. Bapak Prof. Dr. H. Warul Walidin, AK., MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Bapak Dr. Fakhri, S.Sos., MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Bapak Dr. Hendra Syahputra, ST., MM selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam beserta Ibi Anita, S.Ag., M.Hum selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Ibu Rusnawati S.Pd, M.Si, selaku Penasehat Akademik (PA) yang selalu memberikan dukungan kepada penulis. Kemudian seluruh dosen yang telah membekali peneliti dengan berbagai ilmu pengetahuan serta Civitas Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
4. Bapak Drs. Yusri, M.Lis sebagai pembimbing pertama, penulis mengucapkan terima kasih karena telah memberi arahan, bimbingan, dan masukan kepada saya serta ucapan terima kasih kepada Bapak Syahril Furqany, M.I.Kom, selaku pembimbing kedua yang telah membimbing, memberikan semangat, motivasi dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Kepada sahabat-sahabat tercinta saya Putri Vonna, Dicky Citra Miranda, Ikhram, Agus Ariadi, Rahmad Furqan, Chairunnisa, Melani, Khuzaimah yang telah membantu dan memberikan motivasi untuk penulis sehingga menjadi sebuah karya ilmiah.
6. Kepada teman dekat Ova Uswatun Nadia, Erni Yusfa, Arrazi Maulana, Fadlia, Hasriyara, Satria Juni, Risma Dara Nurisa, dan Rahmat Kurniawan

yang telah menyemangati dan memberikan motivasi yang tiada henti untuk peneliti sehingga menjadi sebuah karya ilmiah.

7. Kepada teman-teman jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam khususnya angkatan 2014 unit 6 yang telah banyak membantu penulis dari masa kuliah, penelitian, hingga selesai skripsi ini.
8. Kepada teman-teman Sanggar Seni Seulaweuet yang telah menyemangati peneliti hingga selesai skripsi ini.
9. Kepada Bang Ade Hayandi yang telah menyemangati dan membantu peneliti dalam pengumpulan data hingga selesai skripsi ini.
10. Kepada Humas Pemerintah Kota Banda Aceh Ibu Iin Mahaira, Bapak Yudhi Risma dan Bapak Afrizal yang sudah memberi izin serta meluangkan waktu kepada peneliti untuk melakukan penelitian.

Banda Aceh, 24 Januari 2019

Penulis,

Khaira Auliani

## DAFTAR ISI

**LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING**
**LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**
**ABSTRAK ..... i**
**KATA PENGANTAR ..... ii**
**DAFTAR ISI ..... v**
**DAFTAR TABEL ..... vii**
**DAFTAR GAMBAR ..... viii**
**DAFTAR LAMPIRAN ..... ix**

**BAB I : PENDAHULUAN ..... 1**

A. Latar Belakang Masalah ..... 1
B. Rumusan Masalah ..... 7
C. Tujuan Penelitian ..... 7
D. Manfaat Penelitian ..... 8
E. Definisi Operasional ..... 8

**BAB II : KAJIAN TEORITIS ..... 12**

A. Kajian Terdahulu ..... 12
B. Komunikasi ..... 17
   1. Pengertian Komunikasi ..... 17
   2. Tujuan Komunikasi ..... 18
   3. Fungsi Komunikasi ..... 19
   4. Unsur-Unsur Komunikasi ..... 22
C. Peran ..... 22
D. Humas ..... 23
   1. Pengertian Humas ..... 23
   2. Fungsi Humas ..... 24
   3. Tugas Komunikasi ..... 25
   4. Sasaran Humas ..... 26
   5. Proses Pelaksanaan Tugas Humas ..... 26
   6. Tujuan Humas ..... 27
   7. Tanggung Jawab Humas ..... 27
E. Peran Humas ..... 28
F. Media Komunikasi Humas ..... 29
G. Lobbiying ..... 30
H. Pemerintah Kota Banda Aceh ..... 31
I. Car Free Day ..... 32
J. Teori yang digunakan ..... 33

**BAB III : METODE PENELITIAN ..... 36**

A. Jenis Penelitian dan Metode Yang digunakan ..... 36
B. Informan Penelitian ..... 37

C. Teknik Pengumpulan Data ..... 38
D. Teknik Analisis Data ..... 41

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... 43**

A. Profil Pemerintah Kota (PEMKO) Banda Aceh ..... 43
1. Sejarah Pemerintah Kota (PEMKO) Banda Aceh. ..... 43
2. Visi Misi ..... 45
B. Hasil Penelitian dan Pembahasa ..... 46
1. Peran Humas Pemerintah Kota (PEMKO Banda Aceh dalam upaya menjalankan kegiatan Car Free Day ..... 46
2. Faktor penghambat dan media yang digunakan untuk mempublikasikan kegiatan Car Free Day ..... 53
3. Humas Pemko dalam menjalankan kerjasama dengan sponsor ... 65

**BAB V : PENUTUP ..... 70**

A. Kesimpulan ..... 70
B. Rekomendasi ..... 72

**DAFTAR KEPUSTAKAAN ..... 73**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 : Informan Penelitian..... 38
Tabel 4.1 : Peran Humas Pemko ..... 53
Tabel 4.2 : Faktor penghambatan dalam Kegiatan Car Free Day ..... 57
Tabel 4.3 : Media yang digunakan..... 61
Tabel 4.4 : Cara melakukan kerjasama dengan sponsor ..... .69

# DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Komunikasi Satu Tahap ..... 34
Gambar 2.2 : Komunikasi Dua Arah..... 35
Gambar 2.3 : Komunikasi Banyak Tahap ..... 35

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat keterangan (SK) Skripsi
2. Surat Penelitian Ilmiah
3. Surat Telah Melaksanakan Penelitian
4. Daftar Riwayat Hidup
5. Struktur Humas Pemerintah Kota Banda Aceh
6. Struktur Kepanitian
7. Foto Kegiatan
8. Dokumentasi

# BAB I

# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk ciptaan Allah SWT diperintahkan agar senantiasa untuk saling mengenal dan berinteraksi sesamanya. Perintah untuk mengenal dan berinteraksi sesamanya dijelaskan secara tegas dalam Al Qur'an surat Al Hujurat ayat 13, disebutkan bahwa:

> *"Hai manusia sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari laki-laki dan perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal".*[1]

Manusia adalah makhluk sosial, maka manusia pada dasarnya tidak mampu hidup sendiri di dalam dunia ini baik sendiri dalam konteks fisik maupun dalam konteks sosial. Manusia membutuhkan manusia lain untuk saling berkolaborasi dalam pemenuhan kebutuhan fungsi-fungsi sosial satu dengan lainnya. Karena pada dasarnya suatu fungsi yang dimiliki oleh manusia satu akan sangat berguna dan bermanfaat bagi manusia lainnya. Karena fungsi-fungsi sosial yang diciptakan oleh manusia ditujukan untuk saling berkolaborasi dengan sesama fungsi sosial manusia lainnya. Dengan kata lain, manusia menjadi sangat bermartabat apabila bermanfaat bagi manusia lainnya.[2]

Masyarakat merupakan sekelompok manusia yang membentuk sebuah peraturan, pemikiran dan memiliki tujuan hidup yang sama. Dengan kata lain

[1]Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahan, Terj. Mushaf Ustmani*, (Jakarta: Alkautsar, 2009), hal. 517.

[2]Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, (Jakarta : kencana, 2006), hal. 25-26.

masyarakat harus dapat berinteraksi dengan masyarakat lainnya, serta menumbuhkan hubungan yang baik.

Hubungan masyarakat (Humas) atau yang biasa disebut *public relation* (PR), merupakan hal yang tidak asing disetiap lembaga pemerintahan maupun lembaga perusahaan. Humas adalah suatu kegiatan yang sangat berperan penting dalam setiap instansi pemerintahan. Humas yang mengatur jalannya interaksi antara pemerintah dengan masyarakatat.

Hubungan masyarakat adalah suatu filsafat soaial dari manajemen yang dinyatakan dalam kebijaksanaan beserta pelaksanaannya, yang melalui interpretasi yang peka mengenai peristiwa-peristiwa berdasarkan pada komunikasi dua arah dengan publikasinya, berusaha untuk memperoleh saling pengertian dan itikad baik.[3]

Sejauh mana keberhasilan tergantung daripada upaya dan usaha serta kemampuan organisasi itu sendiri. Hubungan masyarakat dalam suatu organisasi melaksanakan fungsi manajemen. Humas merupakan salah satu fungsi sebagai unsur pimpinan. Dengan demikian fungsinya adalah untuk menumbuhkan hubungan yang baik dan serasi antara publik intern dan publik ekstern dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi.

Menurut Edward L. Bernays dalam bukunya *Public Relation University of Oklohama Press* menyebutkan ada 3 pengertian humas, antara lain: Memberi penerangan kepada masyarakat, pembujukan langsung terhadap masyarakat guna mengubah sikap dan tindakan, usaha-usaha mengintegrasikan sikap dan tindakan

[3]H. Frazier Moore, *Hubungan Masyarakat (Prinsip, Kasus, Dan Masalah)*, (Bandung: Remaja Rosdakarya,1981), hal. 6.

dari permasalahan dengan masyarakat dan dari masyarakat terhadap permasalahannya.[4]

Humas sangat berperan untuk mengembangkan hubungan yang harmonis dengan pihak lain yakni public (umum, masyarakat). Tujuan Humas adalah untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi di satu pihak dan dengan publik di lain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik.[5]

Humas sangat dibutuhkan didalam pemerintahan. Salah satunya di instansi Pemerintah Kota Banda Aceh dalam menjalankan kegiatan yang dibuat oleh Humas Pemko Banda Aceh. Salah satu kegiatannya adalah Car Free Day yang setiap minggunya rutin dilaksanakan pada pukul 06:30- 11:00 Wib yang dilaksanakan di ruas jalan T. Daud Bereueh mulai dari sp. Jambotape hingga simpang 5. Car Free Day merupakan hari bebas mobil yang bertujuan mengajak masyarakat untuk hidup sehat, serta untuk meningkatkan komunikasi antar Pemko Banda Aceh dengan masyarakat, yaitu melalui kegiatan yang berbasis kepada kemasyarakatan yaitu Car Free Day (CFD).

Kegiatan CFD juga tidak akan berjalan tanpa adanya kerja sama yang baik dengan para sponsor, diperlukan jalinan kerja sama yang baik dengan sponsor agar tujuan yang sudah ditetapkan dapat tercapai baik secara efektif maupun secara efisien.

---

[4]H.AW. Widjaja (dikutip dari Edward L. Bernays), *Komunikasi* (*Komunikasi dan Hubungan Masyarakat)*, *Cet.5* (Jakarta : Bumi Aksara, 2008), hal. 54.

[5]H.AW. Widjaja, *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat) Cet.5* (Jakarta : Bumi Aksara, 2008), hal. 55.

Sarwono menjelaskan yang dimaksud dengan kerja sama ialah bentuk kelompok yang terdiri dari lebih dari seseorang yang melakukan tugas dengan sejumlah peraturan dan prosedur. Bowo dan Andy menjelaskan bahwa dalam pelaksanaan kerja sama harus tercapai keuntungan bersama, pelaksanaan kerja sama hanya dapat tercapai apabila diperoleh manfaat bersama bagi semua pihak yang terlibat di dalamnya. Apabila satu pihak dirugikan dalam proses kerja sama, maka kerja sama tidak lagi terpenuhi. Dalam upaya mencapai keuntungan atau manfaat bersama dari kerja sama, perlu komunikasi yang baik antara semua pihak dan pemahaman sama terhadap tujuan bersama.[6]

Humas PEMKO Banda Aceh mempunyai cara tersediri untuk mengajak para sponsor untuk berkerja sama dengan mereka karena Banda Aceh merupakan wilayah yang sangat potensial bagi sponsor. Humas PEMKO Banda Aceh mempromosikan produk-produk terbaru dari sponsor serta mensosialisasikan secara langsung kepada masyarakat yang dikemas dengan tema yang menari oleh pihak Humas PEMKO Banda Aceh.

Hubungan kerja sama yang baik tentunya tidak dapat tercipta dengan begitu saja tanpa adanya proses komunikasi yang berkelanjutan.[7] Dengan itu Humas PEMKO Banda Aceh selalu membuat rapat kerja untuk menyusun konsep tema apa yang akan dibuat untuk hari minggunya. Serta mekanisme kerja dan juga

---

[6]Amanda Carolina Lakoy,(dikutip dari Sarwono) "*Pengaruh Komunikasi, Kerjasama Kelompok, Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Karyawan Pada Hotel Aryaduta Manado*", jurnal EMBA (Online), VOL.3, No.3 Email: corollinem@yahool.com , September (2015). Diakses 15 Oktober 2018.

[7]Andy Dwi Kis-PP, "*Peran Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Kualitas Kerjasama Sekolah Dengan Dunia Usaha Dan Dunia Industri (DUDI) Di SMK Negeri 5 Surabaya*'', jurnal manajemen pendidikan (Online), VOL.1, No.1 Email Andy.dk04@gmail.com, September (2014). Diakses 15 Oktober 2018.

penampilan-penampilan apa saja yang cocok untuk ditampilankan sesuai dengan tema yang dibuat. Dengan itu Humas harus kreatif dan sangat berperan aktif dalam menjalankan kegiatan ini.

Eksistensi Humas pada setiap lembaga atau instansi merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka memperkenalkan kegiatan dan aktivitas kepada masyarakat (khalayak). Humas merupakan suatu alat untuk memperlancar jalannya interaksi serta penyebaran informasi kepada khalayak melalui berbagai media seperti pers, radio, dan televisi.[8]

Media merupakan alat penyokong berjalannya kegiatan. Media yang dapat digunakan berupa media sosial yakni, instagram, facebook, twitter, youtube. Pada kegiatan CFD ini humas lebih fokus kepada media instagram dan radio saja, kurang memanfaatkan media lain yang sudah ada sebagai alat promosi kepada masyarakat. Seharusnya humas lebih kreatif dalam memanfaatkan media yang sudah ada, agar menarik perhatian masyarakat untuk memeriahkan kegiatan CFD pada setiap minggunya.

Suasana di CFD terbilang sangatlah menyenangkan dengan banyaknya kegiatan yang setiap minggunya selalu berbeda. Kegiatan yang sangat positif untuk diikuti oleh masyarakat. Kegiatannya berupa kesenian, senam jantung sehat yang rutin ada setiap minggunya, lomba mewarnai untuk anak-anak sekolah Tk, lomba karya tulis ilmiah, banyak juga komunitas yang berkontribusi dalam kegiatan CFD, yakni komunitas Three Fm, komunitas pecinta kucing, komunitas sanggar seni Mados, komunitas sanggar Jeumpa Fisip Unsyiah, komunitas Drum

[8]H.AW. Widjaja, *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyaraka*t) *Cet.5* (Jakarta : Bumi Aksara, 2008), hal. 3.

Corps BP2IP Malahayati Aceh, komunitas Drum Corps Jeumpa puteh SMA 1 Banda Aceh, komunitas Hijabers Mom. Selain komunitas banyak juga sponsor-sponsor yang juga ikut memeriahkan kegiatan CFD, yakni Bank Aceh, Bank Bukopin, BCA, Mandiri Syariah, BNI, Hotel Kyriad, Telkomsel, BUMN, Bank BRI, PMI Banda Aceh, Indomaret.

Selain itu juga terdapat mainan tradisional Aceh, makanan, pakaian, dan juga souvenir Aceh yang dijual diruas jalan Car Free Day. Dengan adanya penjual ini juga dapat menarik pengunjung untuk mengikuti kegitan Car Free Day, serta memudahkan pengunjung yang ingin membeli atau hanya melihat-lihat saja. Harganya juga standar, sama dengan ditempat lain, karena untuk lapak pedangan tidak dipungut biaya.

Bagi pedagan yang ingin berjualan  harus mendaftarkan diri melalui *link* yang sudah disediakan oleh Humas PEMKO Banda Aceh. Hal ini untuk memudahkan Humas Pemko Banda Aceh dalam mendata jumlah pedagang, serta komitmen pedagan dengan PEMKO Banda Aceh untuk lebih menjaga kebersihan.

Selain dikunjungi oleh masyarakat lokat kegiatan Car Free Day ini juga dikunjungi oleh turis mancanegara yang ikut serta meramaikan Car Free Day dan membeli souvenir Aceh. Dengan adanya kegiatan Car Free Day ini masyarakat lebih dekat dengan pemerintah, sebagai ajang untuk promosi produk Aceh dan juga memperlihatkan kesenian Aceh. Di situlah peran humas PEMKO Banda Aceh sangat penting untuk menciptakan kegiatan yang menarik dan juga unik dalam menghibur masyarakat dengan tema yang berbeda-beda setiap minggunya.

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul, **"Peran Humas Pemerintah Kota Banda Aceh Dalam Menjalankan Program Car Free Day Periode Aminullah Usman Dan Zainal Arifin".**

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, yang menjadi rumusan masalah penelitian adalah :

1. Bagaimana peran humas PEMKO Banda Aceh dalam upaya menjalankan kegiatan Car Free Day (CFD) masa walikota Aminullah Usman dan Zainal Arifin ?
2. Apa saja faktor penghambat dan Media apa yang digunakan untuk mempublikasikan kegiatan Car Free Day ?
3. Bagaimana humas PEMKO Banda Aceh dalam menjalankan kerjasama dengan sponsor?

## C. Tujuan penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk megetahui peran humas PEMKO Banda Aceh dalam menjalankan program Car Free Day.
2. Untuk mengetahui apa saja faktor penghambat dan media apa yang digunakan untuk mempublikasikan kegiatan Car Free Day.
3. Untuk mengetahui bagaimana humas PEMKO Banda Aceh menjalankan kerjasama dengan sponsor.

## D. Manfaat penelitian

Adapun beberapan manfaat dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Memperkaya ilmu dan bahan sumber bacaan, khususnya tentang kehumasan.
2. Penelitian ini dapat memberi gambaran bagaimana peran humas PEMKO Banda Aceh, dan juga sebagai acuan untuk mempererat tali persaudaraan serta untuk berinteraksi antar sesama.
3. Bagi PEMKO Banda Aceh hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dalam meningkatkan peran Humas PEMKO Banda Aceh terhadap masyarakat dalam menjalankan tugasnya.
4. Bagi penulis sendiri penelitian bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan pengalaman sebagai bekal untuk terjun ke dalam lingkungan instansi maupun masyarakat.

## E. Definisi operasional

Agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam pembahasan dan tidak menimbulkan penafsiran yang salah terhadap judul skrispi ini, maka penulis perlu memberikan penjelasan terhadap kata yang terdapat pada judul skripsi ini. Adapun kata yang dijelaskan adalah:

### 1. Peran

Peran adalah pelaku atau orang yang bertindak.[9] Peran juga dapat diartikan sebagai pelaku yang diatur dan diharapkan dari seseorang dalam posisi tertentu.[10]

---

[9]Achmad Maulana, DKK, *Kamus Ilmiah Populer Lengkap,* Yogyakarta : Absolut, 2011 hal. 392.

[10]Veithzal Rival Zainal, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014) hal. 156.

**2. Humas**

Hubungan masyarakat disebut juga *public relations* (*purel*), dengan ruang lingkup (*scope*) kegiatan yang menyangkut baik individu ke dalam maupun individu keluar dan semua kegiatan diselenggarakan dalam rangka pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing lembaga organisasi.[11]

Hubungan masyarakat juga diartikan sebagai fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur seorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan menjalankan suatu program tindakan untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik.[12]

**3. Peran Humas**

Peran Humas yang dimaksud adalah seperangkat perilaku yang diharapkan pada seluruh pejabat Humas pemko Banda Aceh sesuai dengan posisi dan fungsi kerjanya. Peran publik relations atau Humas diharapkan dapat menjadi jembatan dalam proses berinteraksi antar pemko Banda Aceh dengan masyarakat.

**4. Pemerintah Kota**

Pemerintah kota adalah orang-orang yang berada dalam lembaga yang membuat peraturan dan hukum serta menegakkannya. Pemerintah adalah pihak yang memerintah, sedangkan pemerintahan adalah proses untuk menjalankan peraturan dalam hukum masyarakat. Pemerintah kota dipimpin oleh seorang walikota dan wakilnya.

---

[11]H.AW. Widjaja, *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat , Cet.5* (Jakarta : Bumi Aksara, 2008), hal. 53.

[12]H. Frazier Moore, *Hubungan Masyarakat* ..., hal. 6.

**5. Car Free Day**

Car Free Day adalah kawasan bebas dari kendaraan bermotor, bebas polusi udara dan bersih dari sampah, nyaman beserta aman. Car free day juga merupakan sebuah kegiatan kampanye untuk mengurangi tingkat pencemaran udara di kota besar diseluruh dunia yang disebabkan oleh kendaraan bermotor.

Bermula pada tanggal 25 November 1956, Belanda melaksanakan Car Free Day setiap hari minggu, kemudian Perancis pada tahun 1995 melaksanakan pesta memperingati Green Transport Week di kota Bath, semua masyarakat turun ke jalan untuk merayakan acara tersebut. Inilah perjalanan sejarah kegiatan Car Free Day, yang pada akhirnya kegiatan ini di peringati setiap tanggal 22 September di seluruh dunia.[13] Di Banda Aceh, kegiatan Car Free Day pertama kali diadakan pada tahun 2012.

Car Free Day di Banda Aceh merupakan suatu terobosan baru untuk menjaga lingkungan. Kegiatan ini lahir atas dasar komitmen Walikota Banda Aceh. Pelaksanaan Car Free Day di kota Banda Aceh juga dilatar belakangi oleh tingginya angka perkembangan jumlah kendaraan bermotor dari tahun ke tahun.

Kegiatan yang dilakukan pengunjung ketika berada di lokasi Car Free Day adalah senam jantung sehat yang rutin ada setiap minggunya, ada juga yang hanya bersepeda mengelilingi area Car Free Day. Tidak sedikit juga pengunjung yang hadir hanya untuk mencicipi kuliner yang ditawarkan oleh para pedagang.

Tidak hanya itu saja, area Car Free Day juga dimanfaatkan oleh komunitas-komunitas untuk menunjukkan kebolehannya, baik itu menari, karate maupun

[13]Novita, C, "Aktivitas Car Free Day Jalan Di Ponegoro dan Gajah Mada kota Pekanbaru", jurnal Jomfisip (Online), VOL 4, No.2 Email: Novitacahyati01@gmail.com, Oktober (2017.) Diakses 1 Oktober 2018.

musik. Area Car Free Day juga dimanfaatkan oleh fotografer untuk mengabadikan momen-momen yang menarik dan juga unik. Selain itu di Car Free Day juga banyak membuat *event-event* atau kegitan seperti simulasi *fire fighter*, penggalangan dana, peringatah hari anak nasional serta memperingati hari jadi kota Banda Aceh.

# BAB II

# KAJIAN TEORITIS

## A. Kajian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu sebagai dasar gambaran atas penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Cut Desi Ruzaimah, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Januari, 2018, dengan judul skripsi, "Peran Humas Polda Aceh Dalam Meningkatkan Citra Polisi."[14]

Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti tentang peran humas. Perbedaannya adalah fokus penelitian ini terhadap peningkatan citra polisi, lokasi penelitian yang dilakukan di Humas Polda Aceh.

Dalam kajiannya, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan subjek penelitian yaitu Humas Polda Aceh. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengertahui peran Humas di Polda Aceh dalam meningkatkan citra polisi untuk kemudian mengetahui hambatan dan peluang Humas Polda Aceh dalam meningkatkan citra polisi.

Berdasarkan penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa peran Humas Polda Aceh dalam meningkatkan citra polisi atas dua bagian yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu: 1) Meningkatkan citra dalam kelembagaan kepolisian itu sendiri melalui penyelenggaraan kegiatan penerangan umum, menyelenggarakan penerangan satuan, produkti bahan penerangan, dokumentasi dan penelitian dan menciptakan opini publik yang positif dan menguntungtungkan. 2) Peran dalam

[14]Cut Desi Ruzaimah, *Peran Humas Polda Aceh dalam Meningkatkan Citra Polisi*, Banda Aceh Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2018.

meningkatkan citra kepolisian dalam masyarakat umum dilakukan dengan langkah dan manajemen strategi .

Sedangkan hambatan dan peluang Humas Polda Aceh dalam meningkatkan citra polisi adalah: 1) Hambatan Humas Polda Aceh dalam meningkatkan citra polisi yaitu belum memadai sarana liputan. 2) Peluang Humas Polda Aceh dalam meningkatkan citra polisi adalah kerjasama dengan pers.[15]

Penelitian selanjutnya oleh Hilman, Universitas Syiah Kuala Oktober, 2012, dengan judul skripsi, "Peran Humas Program Jaminan Kesehatan Aceh (JKA) Dalam Mensosialisasikan Program JKA Kepada Masyarakat."[16]

Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti tentang peran humas. Perbedaannya adalah fokus penelitian ini terhadap sosialisasi program JKA kepada masyarakat, lokasi penelitian yang dilakukan di Dinas Kesehatan Provinsi Aceh, Rumah Sakit Umum Znailan Abidin (RSUZA), Harian Serambi Indonesia, dan Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muhammadiyah Aceh.

Dalam kajiannya, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif , dengan subjek peneliti yaitu Kabag Humas JKA, Sekretaris Redaksi Harian Serambi Indonesia, Dekan Fakultas Kesehatan Masyarakat Unversitas Mahummadiyah, Kabag Informasi dan Kerjasama RSUZA, Ka. Poliklinik Bedah dan Masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran Humas JKA dalam mensosialisasikan program JKA untuk kemudian mengetahui langkah-langkah yang di tempuh Humas JKA dalam menyelesaikan setiap

[15]Cut Desi Ruzaimah, *Peran Humas Polda Aceh dalam Meningkatkan Citra Polisi*, Banda Aceh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, 2018.

[16]Hilman, *Peran Humas Program Jaminan Kesehatan Aceh (JKA) Dalam Mensosialisasikan program JKA Kepada Masyarakat*, Banda Aceh Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Syiah Kuala, 2012.

persoalan tentang JKA dan kemudian untuk mengetahui relasi yang dibangun Humas JKA dengan media massa, maupun dengan pihak-pihak terkait dalam mensosialisasikan program JKA.

Berdasarkan penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa: 1) Peran Humas JKA adalah memberikan pemahaman-pemahaman mengenai kebijakan kepada pihak-pihak yang terkait, baik itu unsur legislatif, unsur rumah sakit di seluruh Aceh, dan media massa. 2) Selama program ini berjalan sangat banyak persoalan yang terjadi, seperti pasien ditelantarkan, tidak ada Dokter, yang semua masalah tersebut harus diselesaikan oleh Humas JKA. Oleh karena persoalan-persoalan teknis tersebut pihak Humas lebih memainkan peran negosiator di setiap permasalahan yang terjadi. 3) Media massa mempunyai peran penting dalam pengawasan pelaksanaan JKA dilapangan, setiap persoalan tentang JKA akan cepat tertangani apabila diberitakan media.

Sedangkan hambatan dalam mensosialisasikan program JKA kepada masyarakat adalah: 1) Fasilitas layanan kesehatan di Puskesmas dan Rumah Sakit adalah kendala utama dalam pelaksanaan JKA. 2) Minimnya ruang inap. 3) Kurangnya tenaga medis untuk menangani pasien.

Penelitian selanjutnya oleh Safura Rantona, Universitas Syiah Kuala Juni, 2013, dengan judul skripsi "Peranan Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Dalam Penyampaian Informasi Pembangunan Daerah di Kabupaten Aceh Tengah."[17]

[17]Safura Rantona, *Peranan Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Dalam Penyampaian Informasi Pembangunan Daerah di Kabupaten Aceh Tengah*, Banda Aceh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Syiah Kuala, 2013.

Persamaan penelitian ini sama-ama meneliti tentang peran humas. Perbedaannya adalah fokus penelitian ini terhadap penyampaian informasi pembangunan daerah di Kabupaten Aceh Tengah, lokasi penelitian yang dilakukan di Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Aceh Tengah.

Dalam kajiannya, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan subjek peneliti yaitu Kabag. Humas, Kasubbag Protokoler, Kasubbag Informasi dan Dokumentasi, Staf Pemberitaan dan Media Massa dan Masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran Humas dalam menyampaikan informasi tentang pembangunan daerah Kabupaten Aceg Tengah untuk kemudian mengetahui perkembangan Humas dalam penyampaian informasi pembangunan Kabupaten Aceh Tengah.

Berdasarkan penelitian tersebut diperoleh hasil yaitu: 1) Peranan Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Aceh Tengan mempunyai tugas memberitahukan, menginformasikan semua aktifitas pimpinan daerah dan menyampaikan informasi tentang pembangunan berdasarkan visi misi pemerintah Kabupaten Aceh Tengah. Bagian Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Aceh Tengah menggunakan peran Internal yaitu pelayanan informasi dan pelaksanaan Humas, sedangkan fungsi eksternal adalah masyarakat dan hubungan dengan media. 2) Perkembangan Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Aceh Tengah menggunakan Media Majalah Bulanan Teganing Aceh Tengah, website Humas dan akun Facebook Teganing Aceh Tengah.

Penelitian selanjutnya oleh Ahmad Saifil, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Juli, 2017, dengan judul skripsi "Peran Humas Dalam Mempromosikan SMKN 1 Mubarkeya Ingin Jaya Aceh Besar."[18]

Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti tentang peran Humas. Perbedaannya adalah fokus peneliti ini terhadap promosi SMKN 1 Al Mubarkeya Ingin Jaya Aceh Besar, lokasi penelitian di SMKN 1 Al Mubarkeya Ingin Jaya Aceh Besar.

Dalam kajiannya, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tugas pokok dan fungsi Humas dalam mempromosikan SMKN 1 Al Mubarkeya Ingin Jaya Aceh Besar kemudian untuk mengetahui apa program Humas dalam dalam mempromosikan SMKN 1 Al Mubarkeya Ingin Jaya Aceh Besar dan juga untuk mengetahui bagaimana strategi dalam mempromosikan SMKN 1 Al Mubarkeya Ingin Jaya Aceh Besar.

Berdasarkan penelitian tersebut di peroleh hasil bahwa: 1) Peran Humas dalam mempromosikan SMKN 1 Al Mubarkeya secara keseluruhan telah berjalan dengan baik. Yakni melakukan hubungan komunikasi yang baik antara pihak internal dan eksternal sekolah. 2) Program Humas dalam mempromosikan SMKN 1 Al Mubarkeya di tempuh melalui dua kegiatan yaitu kegiatan internal dan eksternal. 3) Strategi Humas dalam mempromosikan SMKN 1 Al Mubarkeya dilakukan melalui beberapa cara yaitu dengan penyebaran brosur, menjalin kerjasama dengan DU/DI, dan juga perayaan kegiatan penting lain.

[18]Ahmad Saifil, *Peran Humas Dalam Mempromosikan SMKN 1 Al Mubarkeya Ingin Jaya Aceh Besar*, Banda Aceh Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2017.

## B. Komunikasi

### 1. Pengertian komunikasi

Dalam istilah yang sederhana, komunikasi adalah proses penyampaian pengertian antarindividu. Semua masyarakat manusia dilandasi kapasitas, dan pengalaman dari orang yang satu kepada orang lainnya. pada pokoknya, komunikasi adalah pusat minat dari situasi perilaku di mana suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan tujuan mempengaruhi perilaku si penerima.[19]

Menurut Everentt M. Rogers seorang pakar sosiologi pedesaan Amerika yang kemudian lebih banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi khusunya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi komunikasi, yaitu: "Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud mengubah tingkah laku mereka."[20]

Definisi ini kemudian dikembangkan bersama dengan Lauwrence D. Kincaid sehingga melahirkan suatu definisi yang lebih maju dengan menyatakan " Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam."[21]

Komunikasi hubungan masyarakat merupakan suatu proses yang mencakup suatu pertukaran fakta, pandangan, dan gagasan di antara suatu bisnis atau

---

[19]H. Frazier Moore, *Hubungan Masyarakat* ..., hal.78.

[20]Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi,* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Perdasa, 2013), hal. 33.

[21]Hafied Cangara, *Perencanaan Dan Strategi* ..., hal. 33.

organisasi tanpa laba dengan publik untuk mencapai saling pengertian. Ada tiga butir penting yang harus dipertimbangkan yaitu:

a. Komunikasi harus melibatkan dua orang atau lebih;
b. Komunikasi merupakan pertukaran informasi yang bersifat dua arah;
c. Mengandung pemahaman. Sebuah pengumuman yang dipasang di papan pengumuman bukan merupakan komunikasi.

Tetapi kalau pengumuman tadi telah dibaca, dimengerti, dan ditanggapi, maka pengumuman itu bisa disebut komunikasi. Komunikasi dikatakan efektif hanya jika suatu gagasan dapat berpindah dari benak seseorang ke benak orang lain.[22]

**2. Tujuan Komunikasi**

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia selalu melakukan interaksi sosial dengan masyarkat. Oleh karena itu, manusia disebut sebagai makhluk yang bermasyarakat dan berbudaya. Intensitas interaksi sosial tidak dapat dilepaskan dari ketergantungan manusia yang saling memberi dan menerima informasi. Pada titik inilah ilmu komunikasi menemukan momentumnya, yaitu bertujuan sebagai berikut.

a. Informasi yang disampaikan dapat dipahami orang lain. Komunikator yang baik dapat menjelaskan pada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengerti dan mengikuti hal-hal yang dimaksudkan.

[22]H. Frazier Moore, *Hubungan Masyarakat* ..., hal. 79.

b. Memahami orang lain. Komunikator harus mengerti aspirasi masyarakat tentang hal-hal yang diinginkan, tidak menginginkna kemauannya.
c. Agar gagasan dapat diterima orang lain, komunikator harus berusaha menerima gagasan orang lain dengan pendekatan yang persuasif, bukan memaksakan kehendak.
d. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, dengan kegiatan yang mendorong orang lain untuk melakukan sesuatu yang dilakukan dengan cara yang baik.[23]

**3. Fungsi Komunikasi**

Komunikasi tidak hanya berkutat pada persoalan pertukaran berita dan pesan, tetapi juga melingkupi kegiatan individu dan kelompok berkaitan dengan tukar-menukar data, fakta, dan ide. Apabila dilihat dari makna ini, ada beberapa fungsi yang melekat dalam proses komunikasi, yaitu sebagai berikut.[24]

a. Informasi, pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, pesan, opini, dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain sehingga mengambil keputusan yang tepat.
b. Sosialisasi (pemasyarakatan), penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga sadar akan fungsi sosialnya dan dapat aktif dalam masyarakat.

[23]Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hal. 28-29.
[24]Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* ..., hal. 28-29.

c. Motivasi, menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek ataupun jangka panjang, mendorong orang untuk menentukan pilihan dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
d. Debat dan diskusi, menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dengan masalah yang menyangkut kepentingan bersama.
e. Pendidikan, pengalihan ilmu pengetahuan dapat mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, serta pembentukan keterampilan dan kemahiran yang diperlukan dalam semua bidang kehidupan.
f. Memajukan kehidupan, menyebarkan hasil kebudayaan dan seni dengan tujuan melestarikan warisan masa lalu, mengembangkan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang serta membangun imajinasi dan mendorong kreativitas dan kebutuhan estetikanya.
g. Hiburan, penyebarluasan sinyal, simbol, suara, dan imaji dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, musik, olahraga, kesenangan, kelompok, dan individu.
h. Integrasi menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang diperlukan agar

saling mengenal, mengerti, serta menghargai kondisi pandangan dan keinginan orang lain.

Sedangkan Goran Hedebro, seorang doktor komunikasi berkebangsaan Swedia dalam bukunya *Communication and Social Change In Developing Nations,* sebagaimana yang di kutip oleh Hafied Cangara, mengemukakan bahwa fungsi komunikasi ditujukan untuk:[25]

1) Menciptakan iklim perubahan dengan memperkenalkan nilai-nilai baru untuk mengubah sikap dan perilaku ke arah modernisasi.
2) Mengajarkan keterampilan baru.
3) Berperan sebagai pelipat ganda ilmu pengetahuan
4) Menciptakan efesiensi tenaga dan biaya terhadap mobilitas seseorang.
5) Meningkatkan aspirasi seseorang.
6) Menumbuhkan partisipasi dalam pengembalian keputusan terhadap hal-hal yang menyangkut kepentingan orang banyak.
7) Membantu orang menemukan nilai baru dan keharmonisan dari suatu situasi tertentu.
8) Mempertinggi rasa kebangsaan.
9) Meningkatkan aktifitas politik seseorang.
10) Mengubah struktur kekuasaan dalam suatu masyarakat.

[25]Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), hal. 71.

### 4. Unsur-unsur Komunikasi

Dalam Komunikasi ada tiga unsur penting yang selalu hadir dalam setiap komunikasi, antara lain:

a. Sumber informasi (*receiver*)

Sumber informasi adalah seseorang atau institusi yang memiliki bahan informasi (pemberitaan) untuk disebarkan kepada masyarakat luas.

b. Saluran (media)

Saluran adalah yang digunakan untuk kegiatan pemberitaan oleh sumber berita, berupa media interpersonal yang digunakan secara tatap muka maupun media massa yang digunakan untuk khalayak umum.

c. *Audience*

*Audience* adalah perorang atau kelompok dan masyarakat yang menjadi sasaran informasi atau yang menerima informasi.[26]

## C. Peran

Peran menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang disuatu peristiwa.[27] Peran juga diartikan sebagai pelaku atau orang yang bertindak.[28] Peran dapat diartikan sebagai pelaku yang diatur dan diharapkan dari seseorang dalam posisi tertentu.[29] Peran yang penulis

[26]Burhan Mungin, *Sosiologi Komunikasi* ..., hal. 57-58.

[27]Daniel Hariyono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Tim Pustaka Phoenik, 2010), hal. 652.

[28]Achmad Maulana, dkk, *Kamus Ilmiah Populer Lengkap*, (Yogyakarta : Absolut, 2011), hal. 392.

[29]Veithzal Rival Zainal, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi* ..., hal. 156.

maksud dalam skripsi ini adalah tindakan dari humas PEMKO Banda Aceh dalam menjalankan program Car Free Day.

## D. Humas

### 1. Pengertian Humas

Hubungan masyarakat disebut juga *public relations* (purel), dengan ruang lingkup (*scope*) kegiatan yang menyangkut baik individu ke dalam maupun individu keluar dan semua kegiatan diselenggarakan dalam rangka pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing lembaga organisasi.[30]

Hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur seorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan menjalankan suatu program tindakan untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik.[31]

Menurut Dr. Rex Harlow, humas adalah fungsi manajemen yang khas yang mendukung pembinaan dan pemeliharaan jalur bersama antar organisasi dengan publiknya mengenai komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerja sama, melibatkan manajemen dalam permasalahan atau persoalan, membantu manajemen menjadi tahu dan tanggap terhadap opini publik, menetapkan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan publik, mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam membantu

[30]H.AW. Widjaja, *Komunikasi* ..., hal. 53.

[31]H. Frazier Moore, *Hubungan Masyarakat (Prinsip, Kasus, dan Masalah)*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1981), hal. 6.

mengantisipasikecenderungan, dan menggunakan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.[32]

Webster's New World Dictionary mengartikan humas sebagai hubungan dengan masyarakat luas, seperti melalui publisitas, khususnya fungsi-fungsi korporasi, organisasi, dan sebagainya yang berhubungan dengan usaha menciptakan opini publik yang menyenangkan untuk dirinya sendiri.[33]

Pertemuan asosiasi-asosiasi humas atau *public relations* seluruh dunia di Mexico City, Agustus 1978, menghasilkan pernyataan mengenai definisi humas sebagai berikut "Praktek kehumasan adalah suatu seni sekaligus suatu disiplin ilmu sosial yang menganalisis berbagai kecenderungan, memperkirakan setiap kemungkinan konsekuensi darinya, memberi masukan dan saran-saran kepada pemimpin organisasi, serta menerapkan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan kepentingan khalayaknya".[34]

**2. Fungsi Humas**

Membahas fungsi dari humas berarti membahas manfaat humas dalam mencapai tujuan dari lembaga itu sendiri. Suatu humas dikatakan berjalan dengan baik apabila dia dapat berfunfsi bagi masyarakat, baik itu masyarakat internal maupun masyarakat eksternal dan lebih mengutamakan kepentingan publik daripada kepentingan individu.

---

[32]Onong Uchjana Effendy ( dikutip dari Dr. Rex Harlow), *Human Relations dan Public Relations*, (Bandung: Mandar Maju, 1993), hal. 117-118

[33]H. Frazier Moore (dikutip dari Webster's New World Dictionary), *Hubungan Masyarakat* ..., hal. 5-6.

[34]Frank Jefkins (alih bahasa : Haris Munandar), *Public Relations*, (Jakarta: Erlangga), hal. 9.

Cutlip dan Center mengatakan bahwa fungsi humas meliputi hal-hal sebagai berikut :

a. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
b. Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari kelembagaan kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada kelembagaan.
c. Melayani keinginan publik dan memberikan nasehat kepada pimpinan organisasi untuk kepentingan umum.
d. Membina hubungan secara harmonis antara organisasi dan publik, baik internal maupun eksternal.[35]

Sedangkan menurut Bertrand R. Canfield dalam bukunya Public Relations, Principles and Ploblems mengemukakan tiga fungsi humas yakni:

a. Mengabdi kepada kepentingan umum *(It should serve the public's interest).*
b. Memelihara komunikasi yang baik *(Maintain good communication).*
c. Menitik-beratkan moral dan tingkah-laku yang baik *(A nd stress good morals and manners).*[36]

**3. Tugas Humas Pemerintah**

a. Tugas strategis

Yang dimaksud dengan tugas strategis adalah ikut serta dalam proses pengembilan keputusan (*decision making process).*

[35]Frida Kusumastuti, *Dasar-Dasar Hubungan Masyarakat,* (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2002), hal. 23.

[36]Onong Uchjana Effendy ( dikutip dari Bertrand R. Canfield), *Human Relations dan Public* ..., hal. 137-138

b. Tugas taktis

Sedangkan yang dimaksud dengan tugas taktis adalah memberikan informasi, memberikan motivasi, menjalankan komunikasi timbal balik, membuat citra yang baik.[37]

**4. Sasaran Humas**

Sasaran humas meliputi dua hal yaitu, Sasaran yang berupa publik *intern*, yang dimaksud dengan publik adalah kelompok masyarakat yang harus selalu dihubungi dalam melaksanakan humas. Sasaran ini berada di lingkungan sendiri, yaitu seluruh pegawai mulai dari karyawan terendah sampai karyawan tertinggi, dan yang kedua sasaran yang berupa publik ekstern, sasaran ini berupa orang-orang yang berada di luar lingkungan/ jajaran, misalnya para anggota masyarakat dan wartawan.[38]

**5. Proses pelaksanaan tugas humas**

**a.** Menyelidiki dan mendengar ( *fact finding*)

Taraf *recearch-listening* atau *fact finding*, meliputi penelitian pendapat, sikap dan reaksi orang-orang publik. Di sini dapat diketahui masalah apa yang sedang dihadapi.

b. Mengambil ketentuan dan merencanakan (*planning*)

Setelah pendapat, sikap dan reaksi publik dianalisa, lalu diintegrasikan atau diserahkan dengan kebijaksanaan dan kegiatan organisasi. pada taraf ini bisa ditemukan "pilihan yang diambil".

c. Melaksanakan Komunikasi (*coomunicating*)

[37]H.AW. Widjaja, *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat , Cet.5* (Jakarta : Bumi Aksara, 2008), hal. 63.

[38]*Ibid*. Hal. 59.

Rencana-rencana di atas harus dikomunikasikan dengan semua pihak yang bersangkutan dengan metode yang sesuai. Dalam tahap ini kita "menerangkan (menjelaskan) tindakan yang diambil dan apa alasan jatuhnya pilihan tersebut".

d. Penilaian (*evaluation*)

Dinilai segi-segi berhasil dan tidaknya, apa sebab-sebabnya, apa yang sudah dicapai, apa resep kemanjurannya dan apa faktor penghambatnya. Bagaimana hasil pelaksanaan tugas dan apa sebab-sebabnya "itulah pertanyaan yang timbul dalam tahap ini".[39]

**6. Tujuan humas**

Humas bertujuan untuk mengurangi keluhan dan gangguan eksternal yang dapat menyebabkan masyarakat terganggu. Menginvestasikan waktu yang minim pada masalah komunitas lokal akan berdampak buruk dalam jangka panjang terhadap keseluruhan proses kontruksi. Menghormati orang dan komitmen untuk saling pengertian antar masyarakat dan karyawan merupakan prioritas utama dalam semua proses.[40] Jelasnya setiap lembaga mempunyai cara tersendiri untuk menyelesaikan masalahnya.

**7. Tanggung jawab humas**

Ada empat tanggung jawab humas, antara lain:

a. Menetapkan sasaran atau merumuskan tujuan-tujuan dari operasi humas.

[39]H.AW. Widjaja, *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* ..., hal. 56.

[40]Anne Gregory (alih bahasa: Sigit Purwanto), *Public Relations Dalam Praktek,* (Jakarta: Erlangga, 2015), hal.107.

b. Memperhitungkan jam kerja atau sumber-sumber daya lainnya yang bernilai ekonomis yang akan menjadi biaya atau sumber pengeluaran atas pelaksanaan fungsi-fungsi humas.
c. Menetapkan skala prioritasnguna mengendalikan pihak publik (segmen khalayak yang hendak dituju), media untuk menyampaikan pesan kepada mereka, waktu operasi, serta optimalisasi penggunaan tenaga kerja dan berbagai sumber daya lainnya.
d. Menentukan kelayakan pelaksanaan dari setiap upaya yang hendak dilakukan dalam rangka mengejar tujuan-tujuan tertentu sesuai dengan dana,kapabilitas staf dan daya dukung serta kecukupan berbagai macam peralatan yang tersedia.[41]

## E. Peran Humas

Profesionalisme perkembangan peran publik relations dalam suatu organisasi atau perusahaan menurut Dozier D.M. merupakan salah satu kunci untuk memahami peran Publik relations dalam komunikasi organisasi yang terdiri dari:

1. Penasihat ahli *(expert prescribel)*

Tugasnya adalah membantu manajemen dengan pengalaman dan keterampilan mereka untuk mencari solusi bagi penyelesaian masalah *public relation*ship yang dihadapi organisasi.

2. Fasilitator komunikasi *(communication facilitator)*

Tugasnya adalah membantu manajemen organisasi dapat bertindak sebagai komunikator atau mediator dengan menciptakan kesempatan-kesempatan untuk

[41]Frank Jefkins (alih bahasa : Haris Munandar), *Public Relations* ..., hal. 28.

"mendengar" apa kata publik dan menciptakan peluang agar publik mendengar apa yang diharapkan manajemen.

3. Fasilitator proses pemecahan masalah *(problem solving process facilitator)*

Tugasnya adalah membantu kerja manajemen organisasi untuk memberikan nasihat *(adviser)* hingga mengambil tindakan atau keputusan yang dihadapi organisasi sehingga menemukan solusi bagaimana mengatasi permasalahan tersebut secara rasional dan profesional.

4. Teknisi komunikasi *(communication technician)*

Tugasnya adalah menyediakan layanan teknisi komunikasi untuk organisasi sedangkan keputusan teknisi komunikasi yang baru harus dijalankan oleh orang atau bagian lain dalam organisasi. Dalam peranan ini praktisi publik relations sering juga disebut sebagai wartawan di tempat tinggal *"journalist in residence"*.[42]

Peran Humas yang peneliti maksud adalah seperangkat perilaku yang diharapkan pada seluruh pejabat Humas pemko Banda Aceh sesuai dengan posisi dan fungsi kerjanya. Peran publik relations atau Humas diharapkan dapat menjadi jembatan dalam proses berinteraksi antar pemko Banda Aceh dengan masyarakat.

## F. Media Komunikasi Humas

Media memegang peranan penting dalam menyukseskan upaya humas, lebih-lebih bila dilihat populasi jangkauan humas sangat luas dan banyak jumlahnya.

[42]Poppy Ruliana, *Komunikasi Organisasi (Teori dan Studi Kasus)*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), hal. 206-207.

Setiap media memiliki keunggulan dan kelemahannya masing-masing, namun dengan digunakan secara terpadu akan saling melengkapi.[43]

Seorang petugas humas harus menempuh cara apapun untuk memperkenalkan lembaganya kepada publik. Maka dengan itu petugas humas harus dapat memilih media yang tepat, waktu yang seefektif mungkin dan juga biaya yang sesuai. Oleh karena itu petugas humas harus peka akan media dan dituntut memiliki pengetahuan lebih akan media.

Berbagai pendapat dikemukakan mengenai media yang dapat digunakan dalam kegiatan humas antara lain:

1. *The printed word*, termasuk ke dalamnya (majalah,surat kabar, booklets dan pamphlets, pedoman, surat-surat dan bulletin, papan pengumuman, poster, reklame, dan iklan).
2. *The spoken word*, meliputi (rapat-rapat, pertemuan, dan konferensi).
3. Media lainnya, dapat berupa spoken word dapat juga bukan, yakni (televisi, radio, pemeran, open house, dan sandiwara wayang).

Kalau melihat pada lingkup komunikasi, maka media yang dapat digunakan pada umumnya adalah sama yakni: media umum dan media massa.[44]

## G. Lobbiying

*Lobbiying* adalah bagian khusus dari publik relations yang berfungsi untuk menjalin dan memelihara hubungan dengan pemerintah terutama dengan tujuan memengaruhi penyusunan undang-undang dan regulasi. Beberapa kalangan

[43]H.AW. Widjaja, *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* ..., hal. 61.
[44]H.AW. Widjaja, *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*) ..., hal. 76-77.

memandang lobbiying sebagai usaha untuk memanipulasi pemerintah demi kepentingan diri sendiri.[45]

Para pelobi (lobbyist) di semua level pemerintah harus memahami semua proses legislatif, tahu bagaimana pemerintah berfungsi, dan kenal dengan para pembuat hukum dan pejabat hukum. Karena ini semua bukan dari pendidikan praktisi publik relations, para pelobi ini biasanya punya latar belakang dan kenal dengan pengacara, pejabat pemerintah, anggota staf pejabat terpilih, atau orang-orang di dalam pemerintah yang punya hubungan baik dengan pembuat keputusan. Dalan kenyataannya, kritik terhadap "pintu putar publik-privat" mengatakan bahwa pelobi "membayar" untuk mendapat akses dan kredibilitas sembari bekerja di pemerintahan untuk kepentingan tertentu. Menggerakkan massa untuk memengaruhi suatu kasus disebut "lobi akar rumput" dan merupakan bagian upaya publik relations yang dikoordinasikan untuk memengaruhi kebijakan publik.[46]

## H. Pemerintah Kota Banda Aceh

Pemerintah kota Banda Aceh adalah orang-orang yang berada dalam lembaga pemerintahan kota Banda Aceh yang membuat peraturan dan hukum serta menegakkannya. Pemerintah adalah pihak yang memerintah, sedangkan pemerintahan adalah proses untuk menjalankan peraturan dalam hukum masyarakat. Pemerintah kota Banda Aceh dipimpin oleh seorang walikota dan wakilnya.

---

[45]Cutlip, Scott M, (dialih bahasakan oleh Tri Wibowo), *Effective Public Relations,* (Jakarta: Kencana, 2016), hal. 20.

[46]Cutlip, Scott M, (alih bahasa : Tri Wibowo), *Effective Public Relations* ..., hal. 22.

## I. Car Free Day

Car Free Day adalah kawasan bebas dari kendaraan bermotor, bebas polusi udara dan bersih dari sampah-sampah, nyaman beserta aman. Car free day juga merupakan sebuah kegiatan kampanye untuk mengurangi tingkat pencemaran udara di kota-kota besar di seluruh dunia yang disebabkan oleh kendaraan bermotor. Bermula pada tanggal 25 November 1956, Belanda melaksanakan Car Free Day setiap hari minggu, Kemudian Perancis pada tahun 1995 melaksanakan pesta memperingati Green Transport Week di kota bath, semua masyarakat turun ke jalan untuk merayakan acara tersebut. Inilah perjalanan panjang sejarah kegiatan Car Free Day, yang pada akhirnya kegiatan ini diperingati setiap tanggal 22 September di seluruh dunia.[47] Di Banda Aceh, kegiatan Car Free Day pertama kali diadakan pada tahun 2012.

Car Free Day di Banda Aceh merupakan suatu terobosan baru untuk menjaga lingkungan. Car Free Day lahir atas dasar komitmen walikota Banda Aceh. Pelaksanaan Car Free Day di Banda Aceh juga dilatar belakangi oleh tingginya angka perkembangan jumlah kendaraan bermotor dari tahun ke tahun.

Kegiatan yang biasanya dilakukan pengunjung ketika berada di lokasi Car Free Day adalah senam jantung sehat yang rutin ada setiap minggunya, ada juga yang hanya bersepeda mengelilingi area Car Free Day. Tidak sedikit juga pengunjung yang hadir hanya untuk mencicipi kuliner yang ditawarkan oleh para pedagang.

---

[47]Novita, C, "*Aktivitas Car Free Day Jalan Di Ponegoro dan Gajah Mada kota Pekanbaru*", jurnal Jomfisip (Online), VOL 4, No.2 Email: Novitacahyati01@gmail.com, Oktober (2017), Diakses 1 Oktober 2018.

Tidak hanya itu saja, area Car Free Day juga dimanfaatkan oleh komunitas-komunitas untuk menunjukkan kebolehannya, baik itu menari, karate maupun musik. Area Car Free Day juga dimanfaatkan oleh fotografer untuk mengabadikan momen-momen yang menarik dan juga unik. Selain itu di Car Free Day juga banyak membuat event-event atau kegitan seperti simulasi fire fighter, penggalangan dana, peringatah hari anak nasional serta memperingati hari jadi kota Banda Aceh.

## J. Teori T- FLOW

Bahwa dalam hal penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, banyak cara yang ditempuh, hal ini sangat tergantung pada macam-macam tingkat pengetahuan, pendidikan, sosial budaya dari pihak komunikan, sehingga komunikator harus melihat metode apa sebaiknya dipakai, supaya pesan yang disampaikan mengenai sasaran.[48]

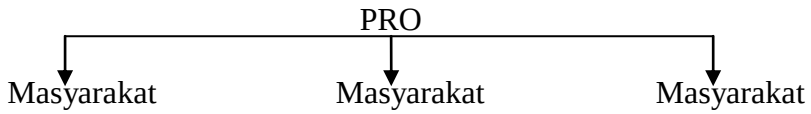
Komunikator dalam hal ini PRO (*Public Relations Officer*) atau petugas humas akan selalu selektif terhadap ragam komunikasi yang dihadapinya, antara lain:

1. *One step flow communications* ( komunikasi satu tahap)

Komunikator dapat mengirim pesan (sesuai dengan tujuan instansinya) langsung kepada komunikan/ masyarakat, sehingga akan timbul kemungkinan terjadi proses komunikasi satu arah ( tak ada respon dari masyarakat) atau proses komunikasi dua arah (adanya umpan balik dari masyarakat). Dalam hal ini peugas humas harus dapat membedakan pesan-pesan yang disampaikan dengan cara

[48]H.AW. Widjaja, *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* ..., hal. 89.

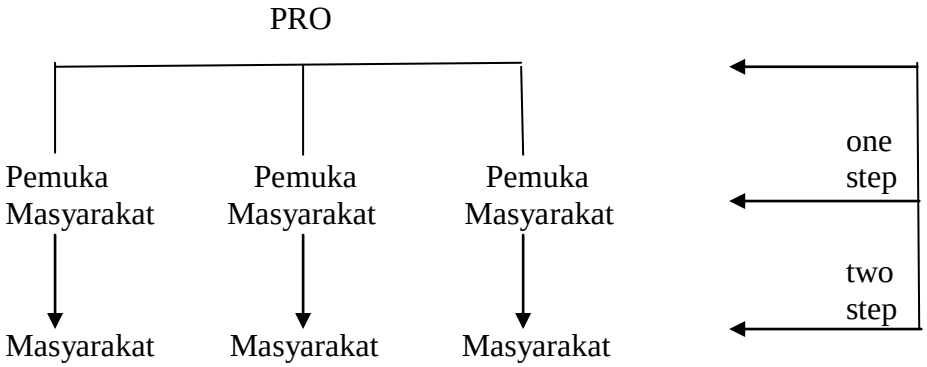
komunikasi satu tahap, karena umumnya petugas humas langsung bertatap muka sehingga petugas humas benar-benar dapat menguasai medan.




Gambar 2.1: Komunikasi Satu Tahap

2. *Two steps flow communication* (komunikasi dua arah).

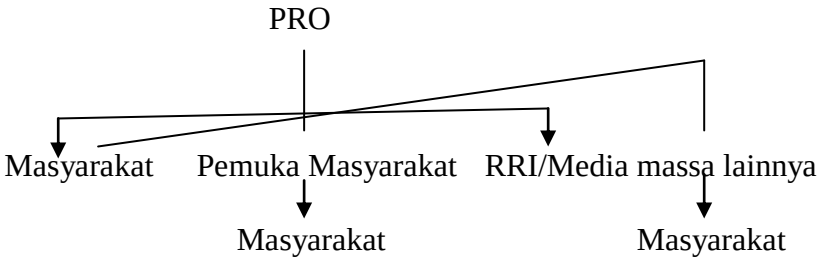
Petugas humas dalam menyampaikan pesannya tidak langsung kepada masyarakat, tetapi melalui orang-orang tertentu saja, misalnya para pemuka masyarakat (ulama, tokoh masyarakat dan sebagainya), karena pemuka masyarakat ini lebih mengetahui sifat dari masyarakat ini. Misalnya suatu kasus akan diadakannya perluasan suatu pabrik, sehingga petugas humas memerlukan perundingan harga ganti rugi tanah penduduk, maka supaya pesan yang akan disampaikan mencapai sasaran, petugas humas harus memberikan pesan itu kepada para pemuka masyarakat terlebih dahulu (formal, non formal) dan dijelaskan bagaimana manfaat pendirian atau perluasan pabrik tersebut yang akan dirasakan langsung oleh masyarakat. Biasany amasyarakat akan simpati terhadap petugas humas, dan pendirian tersebut.




Gambar 2.2 : Komunikasi Dua Arah

*3. Multi step flow communication* ( Komunikasi banyak tahap).

Suatu pesan dari suatu instansi tidak selamanya dapat dilakukan dengan cara ad. a dan ad. b, karena ada jenis pesan yang disampaikan melalui bermacam-macam cara, misalnya petugas humas dalam memperkenalkan produksinya, di samping lewat tatap muka *( door to door)* dengan mendatangi rumah-rumah penduduk dan menawarkan hasil produksinya, disamping itu juga dipakai cara menggunakan pedagang tertentu kemudian diteruskan kepada masyarakat *(two step flow communications)*. Di samping cara ini juga digunakan melalui pemasangan iklan lewat surat kabar, majalah, radio amatir, RRI , dan sebagainya, sehingga langlah-langkah yang ditempuh oleh petugas humas bermacam-macam *(multi step, flow communication).*




Gambar 2.3 : Komunikasi Banyak Tahap

# BAB III

# METODE PENELITIAN

## A. Jenis Penelitian Dan Metode yang digunakan

Untuk memperoleh hasil yang diperlukan dalam karya ilmiah, metode penelitian sangatlah menentukan efektif dan sistematisnya sebuah penelitian. Metode adalah suatu prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu, mempunyai langkah-langkah sistematis.[49]

Adapun dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, yang pada hakikatnya adalah mengamati orang dalam hidupnya, berinteraksi dengan mereka dan berusaha untuk memahaminya.[50] Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara *diskripsi* dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.[51]

Bogdan dan Taylor mendefinisikan "metode kualitatif" sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara histolik (utuh). Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasikan

[49]Husaini Usman, *Metodelogi Penelitian Sosial*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2009), hal. 41.

[50]Sugiyon, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2010), hal. 15.

[51]Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 6.

individu atau organisasi kedalam variabel atau hipotesis tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari keutuhan.[52]

Penelitian ini merupakan studi deskriptif, maka dalam memperoleh data yang sebanyaknya peneliti melakukan berbagai teknik yang disusun secara sistematis untuk mengumpulkan data hasil penelitian yang sempurna. Penulis terjun langsung ke lapangan untuk mencari data dan informasi dan juga berusaha untuk memperoleh gambaran nyata tentang "Peran Humas PEMKO Banda Aceh Dalam Menjalankan Car Free Day Periode Aminullah Usman Dan Zainal Arifin".

## B. Informan Penelitian

Informan adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh wilayah generalisasi. Untuk informan yang diambil dari generalisasi betul-betul representatife (mewakili).[53] Informan penelitian di dalam penelitian kualitatif berkaitan dengan bagaimana langkah yang ditempuh peneliti agar data atau informasi dapat diperolehnya. Karena itu di dalam bahasan ini yang paling penting adalah peneliti "menentukan" informan dan bagaimana peneliti " mendapatkan" informan. Menentukan informan bisa dilakukan oleh peneliti apabila peneliti memahami masalah umum penelitian serta memahami pula anatomi masyarakat di masa penelitian itu dilaksanakan. Namun apabila peneliti belum memahami anatomi masyarakat tempat penelitian, maka peneliti berupaya agar tetap mendapatkan informan penelitian.[54]

---

[52]Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* ..., hal. 3.

[53]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D,* (Bandung: CV Alfabeta, 2013), hal. 117-118.

[54]Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif (Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya)*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hal. 107.

Tabel 3.1 Informan Penelitian

| No | Informan | Jumlah |
|---|---|---|
| 1 | Humas Pemko Banda Aceh | 3 Orang |
| 2 | CEO Car Free Day | 1 Orang |
| 3 | Masyarakat | 10 Orang |
| 4 | Satpol PP | 1 Orang |
| Jumlah Informan | | 15 Orang |

Berdasarkan tabel diatas, informan dalam penelitian ini ialah 15 orang, dengan rincian Humas Pemko Banda Aceh 3 orang, CEO Car Free Day 1 orang, masyarakat 10 orang dan Satpol PP 1 orang. Sehingga informan ditentukan dengan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah pengambilan sampel yang didasarkan atas ciri-ciri, sifat atau karakteristik tertentu, yang merupakan ciri-ciri pokok populasi.[55]

## C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penelitian tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang di tetapka.[56] Adapun metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah

[55]Suhormi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek,* (Jakarta: Bina Ilmu, 1993), hal. 23.

[56]Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D...*, hal. 308.

1. Observasi

Observasi adalah suatu teknik usaha sadar untuk mengumpulkan data yang dilakukan secara sistematis, dengan prosedur yang terstandar.[57] Dengan metode ini peneliti mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian. Meskipun observasi ini bersifat langsung, tetapi peneliti tidak ikut atau terlibat secara langsung dalam keseluruhan kegiatan humas, yang dimaksudkan disini yaitu observasi langsung non partisipan. Peneliti secara langsung mengamati tentang peran humas humas PEMKO Banda Aceh dalam menjalankan program car free day masa walikota Aminullah Usman dan Zainal Arifin.

2. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab yang berlangsung secara lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.[58]

Teknik ini nantinya menggunakan pedoman-pedoman wawancara yang berisi pokok-pokok pertanyaan sebagai pedoman bagi penulis untuk menggali informasi lebih mendalam kepada narasumber dengan cara membacakan pertanyaan-pertanyaan dalam pedoman wawancara yang terkait dengan peran humas dalam menjalankan program CFD, merekam dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan terkait dengan rumusan masalah.

Ketika wawancara penulis juga memperhatikan situasi, kondisi dari informan agar tidak menimbulkan masalah baru dan data yang diperoleh dapat teruji

[57]Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek,* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hal. 197.

[58]Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hal. 83.

kebenarannya. Informan dalam penelitian ini ialah 15 orang, dengan rincian Humas Pemko Banda Aceh 3 orang, CEO Car Free Day 1 orang, masyarakat 10 orang dan Satpol PP 1 orang.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu metode ilmiah dalam pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data baik itu data primer maupun data sekunder. Sumber utama metode ini adalah dari objek penelitian.[59]

a) Data primer

Data yang diperoleh dari hasiL wawancara atau informasi dari informan.

b) Data sekunder

Data yang digunakan oleh peneliti yaitu berupa foto-foto mencari publikasi dari koran-koran ataupun browsing di internet mengenai permasalahan yang penulis teliti dan juga tentang peran humas PEMKO Banda Aceh dalam menjalankan program Car Free Day.

Dokumentasi berupa foto-foto atau gambar-gambar yang diperoleh peneliti ketika melakukan penelitian. Foto atau gambar ini berisikan aktivitas-aktivitas yang dilakukan di area Car Free Day Banda Aceh. Adanya dokumentasi ini, akan dapat membantu penulis dalam mengumpulkan data yang sesuai dengan penelitian ini.

[59]Sutrisno Hadi, *Metodologi Research, Jilid I dan II*, (Yogyakarta: Andy Orset, 1989), hal. 136.

## D. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam, dan dilakukan secara terus menerus. Dengan pengamatan yang terus menerus tersebut mengakibatkan variasi data tinggi sekali. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Setelah semua data dapat, kemudian dikumpulkan dan di analisis sebaik mungkin. Mengumpulkan semua data menganalisis dan mendeskripsikan menjadi sebuah tulisan.[60]

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data selama di lapangan model Miles dan Huberman, adapun datanya dianalisis sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh di lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan renci. Mereduksi data berarti: merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang dengan tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.[61]

2. Model Data (*DataDisplay*)

Setelah data direduksi, maka langkah berikutnya adalah *mendisplaykan* data. Display data dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk: uraian

[60]Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hal. 245.
[61]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* ..., hal. 342.

singkat, bagan, hubungan antar ketegori, flowchart dan sebagainya. Miles dan Huberman menyatakan :

*"The most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text"* artinya yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kuaitatif dengan teks yang bersifat naratif. Selain dalam bentuk naratif, display data dapat juga berupa grafik, matriks, *network* (jejaring kerja).[62]

3. Verifikasi Kesimpulan (*ConclusionDrawing*)

Langkah ketiga dalam analisi data kualitatif menurut Miles dan Hubermas adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredible.[63]

[62]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* ..., hal. 344.
[63]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* ..., hal. 345.

# BAB IV

# HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

## A. Profil Pemerintah Kota Banda Aceh

### 1. Sejarah Pemerintah Kota (Pemko) Banda Aceh

Berdasarkan naskah tua dan catatan-catatan sejarah, Kerajaan Aceh Darussalam dibangun diatas puing-puing kerajaan-kerajaan Hindu dan Budha seperti Kerajaan Indra Purba, Kerajaan Indra Purwa, Kerajaan Indra Patra dan Kerajaan Indra Pura dari penemuan batu-batu nisan di Kampung Pande. Salah satu dari batu nisan tersbut terdapat batu nisan Sultan Firman Syah cucu dari Sultan Johan Syah, maka terungkaplah keterangan bahwa Banda Aceh adalah ibukota Kerajaan Aceh Darussalam.

Banda Aceh Darussalam sebagai ibukota Kerajaan Aceh Darussalam dan sekarang ini merupakan ibukota Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam telah berusia 808 tahun (tahun 2013 M) merupakan salah satu Kota Islam Tertua di Asia Tenggara. Seiring dengan perkembangan zaman Kerajaan Aceh Darussalam dalam perjalanan sejarahnya telah mengalami zaman gemilang dan pernah pula mengalami masa-masa suram yang menggentirkan.

Adapun Masa gemilang Kerajaan Aceh Darussalam yaitu pada masa pemerintahan Sultan Alaidin Ali Mughayat Syah, Sultan Alaidin Abdul Qahhar (Al Qahhar), Sultan Alaidin Iskandar Muda Meukuta Alam dan Sultanah Tajul Alam Safiatuddin.Sedangkan masa percobaan berat, pada masa Pemerintahan Ratu yaitu ketika golongan oposisi Kaum Wujudiyah menjadi kalap karena berusaha merebut kekuasaan menjadi gagal, maka mereka bertindak liar dengan

membakar Kuta Dalam Darud Dunia, Mesjid DJami Baiturrahman dan bangunan-bangunan lainnya dalam wilayah kota.

Kemudian Banda Aceh Darussalam menderita penghancuran pada waktu pecah Perang Saudara antara Sultan yang berkuasa dengan adik-adiknya, peristiwa ini dilukiskan oleh Teungku Dirukam dalam karya sastranya, Hikayat Pocut Muhammad. Masa yang amat getir dalam sejarah Banda Aceh Darussalam pada saat terjadi Perang Dijalan Allah selama 70 tahun yang dilakukan oleh Sultan dan Rakyat Aceh sebagai jawaban atas ultimatum Kerajaan Belanda yang bertanggal 26 Maret 1837.

Sejak itu ibukota Banda Aceh Darussalam diganti namanya oleh Gubernur Van Swieten ketika penyerangan Agresi ke-2 Belanda pada Kerajaan Aceh Darussalam tanggal 24 Januari 1874 setelah berhasil menduduki Istana/Keraton yang telah menjadi puing-puing dengan sebuah proklamasinya yang berbunyi : Bahwa Kerajaan Belanda dan Banda Aceh dinamainya dengan Kutaraja, yang kemudian disahkan oleh Gubernur Jenderal di Batavia dengan beslit yang bertanggal 16 Maret 1874, semenjak saat itu resmilah Banda Aceh Darussalam dikebumikan dan diatas pusaranya ditegaskan Kutaraja sebagai lambang dari Kolonialisme.

Pergantian nama ini banyak terjadi pertentangan di kalangan para tentara Kolonial Belanda yang pernah bertugas dan mereka beranggapan bahwa Van Swieten hanya mencari muka pada Kerajaan Belanda karena telah berhasil menaklukkan para pejuang Aceh dan mereka meragukannya.Setelah 89 tahun nama Banda Aceh Darussalam telah dikubur dan Kutaraja dihidupkan, maka pada

tahun 1963 Banda Aceh dihidupkan kembali, hal ini berdasarkan Keputusan Menteri Pemerintahan Umum dan Otonomi Daerah bertanggal 9 Mei 1963 No. Des 52/1/43-43. Semenjak tanggal tersebut resmilah Banda Aceh menjadi nama ibukota Propinsi Nanggroe Aceh Darussalam bukan lagi Kutaraja hingga saat ini.[64]

2. Visi Misi

Pemerintah kota Banda Aceh harus benar- benar bisa memanfaatkan peluang dalam hal pencapaian suatu tujuan yang diperlukan suatu perencanaan dan tindakan yang nyata. Dalam hal ini visi misi dapat di katakan suatukonsep dari perencanaan yang disertai dengan tindakan sesuai dengan apa yang telah direncakana dan disepakatin bersama untuk mencapai suatu tujuan yaitu "terwujudnya kota Banda Aceh yang gemilang dalam bingkai syariah". Untuk mencapai visi tersebut, maka PEMKO menetapkan misi sebagai berikut ; Meningkatkan pelaksanaan syariat islam dalam bidang penguatan aqidah, akhlak, ibadah, muamalah dan syiar islam, Meningkatkan kualitas pendidikan, kebudayaan, kepemudaan dan olahraga, Meningkatkan pertumbuhan ekonomi, periwisata dan kesejahteraan masyarakat, Meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat, Meningkatkan tata kelola pemerintah yang baik, Membangun infrastruktur kota yang ramah lingkungan dan berkelanjutan, Memperkuat upaya pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak.[65]

[64]Dikutip dari situs online, https://bandaaceh.go.id/p/sejarah.html, pada tanggal 1 januari 2019.

[65]Sumber: Humas Pemerintah Kota Banda Aceh.

## B. HASIL PENELITIAN

### 1. Peran Humas Pemko Banda Aceh Dalam Upaya Menjalankan Kegiatan Car Free Day

#### a. Menyatukan pemerintah dengan masyarakat.

Cara Humas Pemerintah Kota Banda Aceh dalam menyatukan Pemerintah dengan masyarakat menggunakan teori *One Step Flown Communications* (Komunikasi Satu Tahap). Di mana Humas langsung menyampaikan pesan kepada masyarakat, sehingga akan terjadi proses komunikasi satu arah.

Seperti yang kita ketahui bahwa antara pemerintah dengan masyarakat selalu ada pembatas. Dengan demikian disini Humas Pemerintah Kota (PEMKO) Banda Aceh sangat berperan penting untuk menjadi jembatan dalam proses interaksi antara Pemerintah Kota dengan masyarakat, dengan adanya kegiatan bebas mobil tersebut tidak hanya berdampak positif terhadap masyarakat saja namun juga dapat berdampak positif bagi Pemerintah kota sendiri, tidak ada pemisah antara Pemerintah Kota (Pemko) dengan masyarakat, seperti yang dikemukakah oleh Yul

> "Saya memilih untuk mengikuti kegiatan ini karena kegiatannya itu tertib, nyaman dan kita bisa langsung bertatap muka dengan walikota serta senam jantung sehat bareng, kapan lagi coba bisa berinteraksi langsung dengan pejabat pemerintah seperti ini."[66]

> "Disini banyak kalangan-kalangan pejabat dari Walikota yang hadir dan ikut senam jantung sehat dengan kita, jadi kesannya antar pejabat dan masyarakat itu tidak ada pembatasnya disini kita sama semua antara pemerintah dengan Masyarakat tampa ada pembatas"[67]

[66]Hasil wawancara Yuli selaku masyarakat Banda Aceh, pada tanggal 6 Januari 2019
[67]Hasil wawancara Ainul selaku masyarakat Banda Aceh, pada tanggal 6 Januari 2019.

Pekerjaan yang harus dilakukan oleh seorang Humas dan para stafnya tentu berbeda-beda dari suatu organisasi ke organisasi yang lain. Banyak hal yang pasti akan mempengaruhinya. Namun secara umum jenis-jenis pekerjaan itu dapat diuraikan sebagai berikut:[68]

1) Menyusun serta mendistribusikan sajian berita (*news release*), foto-foto dan berbagai artikel untuk konsumsi kalangan media massa.
2) Mengorganisasikan konferensi pers, termasuk acara resepsi dan kunjungan kalangan media massa ke organisasi atau perusahaan.
3) Menjalankan fungsi sebagai penyedia informasi bagi pihak media massa.
4) Mengatur acara wawancara antara kalangan pers, radio dan televisi dengan pihak manajemen.
5) Melaksanakan fungsi fotografi dan membentuk sebuah perpustakaan foto.
6) Menyunting atau memproduksi majalah atau surat kabar internal serta mengelola berbagai bentuk komunikasi internal lainnya seperti video, presentasi slide, majalah dinding dan sebagainya.
7) Menyunting serta memproduksi jurnal-jurnal eksternal untuk konsumsi pihak luar, misalnya saja untuk para distributor, para pemakai jasa perusahaan, konsumen dan sebagainya.

[68]Frank Jefkins, Public Relations Edisi ke Empat, (Jakarta: Erlangga, 1992), hal. 30.

8) Menulis dan membuat bahan-bahan cetak seperti lembar informasi yang membuat tentang sejarah perusahaan, laporan tahunan atas hasil kerjanya, media komunikasi antara sesama pegawai, poster-poster yang bersifat mendidik, dan sebagainya.
9) Mengadakan dan mengelola berbagai bentuk instrumen audio-visual seperti presentasi slide dan rekaman video, termasuk melaksanakan distribusi, penyusunan katalog, pameran serta pemeliharaannya.
10) Memimpin dan mengatur acara-acara pameran dan eksibisi kehumasan, termasuk juga menyediakan berbagai macam bahannya.
11) Menciptakan dan memelihara berbagai bentuk identitas perusahaan dan ciri khasnya, seperti logo, komposisi warna dan pakaian seragam.
12) Mengelola berbagai hal yang berkaitan dengan sponsor kehumasan.
13) Melatih segenap staf kehumasan.
14) Mendampingi para konsultan humas eksternal, apabila perusahaan mendatangkannya.
15) Mengerjakan tugas-tugas periklanan (bila fungsi ini disatukan dengan departemen humas).

Dengan komitmen hadirnya Walikota memberikan penilaian positif yang berdampak pada pemerintah yang berbaur dengan masyarakat setiap minggunya

sehingga tidak terjadi kesenjangan antara masyarakat dan Pemerintah Kota (Pemko) Banda Aceh . Pihak Walikota juga mengisi dan mengikuti kegiatan yang ada di kegiatan bebas mobil seperti senam jantung sehat dan ngopi bareng. Dengan begitu pihak Pemerintah Kota Banda Aceh sudah membangun silaturrahmi dengan masyarakat melalui kegiatan ini. Masyarakat bisa berfoto dan juga menyampaikan keluhannya terhadap Pemerintah Kota.

**b. Mengelola media sosial**

Media sosial saat ini sangat banyak digandrungi oleh kaum remaja maupun dewasa. Media sosial juga merupakan sebuah sarana bagi Humas Pemerintah Kota (PEMKO) Banda Aceh untuk bisa menjaring link massa yang lebih luas dan kompleks.Humas Pemerintah Kota (PEMKO) Banda Aceh memanfaatkan media sosial untuk kegiatan hari bebas mobil agar berjalan dengan seharusnya. Yang dimaksud dengan media sosial bisa berupa Instagram, faceebook dan youtube. Semua lembaga atau organisasi selalu memanfaatkan media didalamnya. Apalagi Humas, kerena pada dasarnya Humas itu tidak jauh-jauh dari pada media.

> "Kami dari Humas Pemko selalu mengiring tim videografer dan fotografer untuk mengabadikan moment di Car Free Day (CFD) dan kemudian di *share* ke masyarakat melalui media sosial yang ada, sehinggal masyarakat lebih gampang kalau mau mengakses kegiatanya."[69]

> "Masalah media itu yang lebih tau pihak di lapangan, kan kami udah percayakan itu semua kepada CEO yang sudah kami tunjuk yaitu Ade dan anak-anak dari Three FM sebagai panitia disana, namun dari pihak kami Humas juga mengirimkan tim videografer dan fotografer kesana"[70]

[69]Hasil wawancara Iin Mahaira selaku Kasubag dokumentasi dan penyiaran naskah, pada tanggal 4 Januari 2019

[70]Hasil wawancara dengan Afrizal selaku jurnalis humas Pemko Banda Aceh, pada tanggal 4 Januari 2019.

Menurut hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa Humas menggunakan proses komunikasi dua arah *(Two Steps Flow Communication)* dimana Humas dalam menyampaikan pesannya tidak langsung kepada masyarakat, tetapi melalui orang-orang tertentu seperti CEO car Free Day yang bernama Ade Haryandi.

Videografer dan fotografer yang dikirim ke lapang oleh Humas Pemerintah Kota (PEMKO) Banda Aceh selalu mengabadikan setiap kegiatan yang sedang berlangsung. Kemudian hasil yang didapat di lapang akan diupload melalui media sosial. Dengan ini masyarakat dapat melihat perkembangan dari Car Free Day setiap minggunya di media sosial.

Setiap kegiatan itu selalu mempunyai nilai daya tarik tersendiri, sehingga fotografer dan videografer menghasilkan foto dan video yang dapat menarik perhatian masyarakat. Dengan itu masyarakat tertarik untuk mengikuti kegiatan Car Free Day setiap minggunya.

**c. Hubungan media**

Humas Pemerintah (PEMKO) Kota Banda Aceh menjalin hungan baik dengan media. Salah satunya dengan radio Three FM, News Banda Aceh dan juga Harian Merdeka dalam upaya untuk mensosialisasikan kegiatan hari bebas mobil.

> "Kita itu setiap hari jum'at pukul 17:00 s/d 18:00 itu selalu ada talk show di 94,5 FM untuk mempublikasikan kegiatan pra CFD, dan termasuk live di hari H saat acara formalnya berlangsung itu kita live dari pukul 06:30 s/d 08:30 lebih lah"[71]

[71]Hasil wawancara dengan Ade Haryandi selaku CEO Car Free Day, pada tanggal 3 Januari 2019.

> "Kami menggunakan media radio sebagai alat untuk publikasi ke masyarakat, kami percayakan itu kepada pihak Three FM sebagai panitia penyelenggara di lapangan atas pengawasan kami para humas juga tentunya, kami setiap minggu juga ikot terjun langsung kesana"[72]

Dengan bekerjama dengan Three FM hari bebas mobil menjadi lebih dikenal oleh masyarakat luas, tidak hanya yang tinggal dikota Banda Aceh tetapi juga masyarakat Aceh Besar, bukan saja dari golongan anak-anak tetapi remaja juga orang tua juga ikut mengetahui kegiatan ini dari media.

**d. Mengevaluasi opini publik**

Sering kali opini publik yang digiring ke arah negatif isu akan bisa membawa dampak buruk bagi citra suatu daerah. Oleh karena itu Humas Pemerintah Kota (PEMKO) Banda Aceh memiliki peran penting sebagai pihak yang harus mengetahui, isu-isu yang sedang berkembangdan hangat menjadi perbincangan terutama yang berkaitan dengan organisasi tersebut.

> "Saya tau acara ini dari Instagram dan saya pikir kegiatan ini hanya untuk kalangan atas saja. Pas saya kesini itu, saya liat-liat kegiatannya menarik, banyak jajanannya, souvenir-souvenir Aceh banyak yang dijual di sini. Banyak kegiatan-kegiatan positif yang ditampilkan di sini, saya pun yang dulunya jarang bahkan bisa dibilang tidak pernah berolahraga, dengan kemari itu saya jadi rutin setiap minggunya itu berolah raga."[73]

> "Banyak pertunjukan juga disini tidak hanya senam saja, kemaren itu juga ada pertunjukan tarian yang dibawakan oleh mahasiswa dari berbagai negara, itu menunjukan kalau Aceh itu dapat menerima orang luar."[74]

Selain itu humas harus dapat memotivasi perubahan sikap dari masyarakat, masyarakat dimotivasi oleh berbagai faktor yang berbeda dan tidak ada dua orang

[72]Hasil wawancara dengan Afrizal selaku jurnalis humas Pemko Banda Aceh, pada tanggal 4 Januari 2019.

[73]Hasil wawancara dengan Mutia selaku masyarakat Banda Aceh, pada tanggal 6 Januari 2019

[74]Hasilwawancara dengan Amel selaku masyarakat , pada tanggal 6 Januari 2019.

yang merespon suatu kondisi dengan cara yang benar-benar sama. Pendekatan untuk memotivasi perubahan sikap adalah *model kemungkinan elaborasi,* yang memaparkan bahwa cara terbaik untuk memotivasi orang yang tertarik adalah melalui argumen yang kuat, masuk akal, dan relevan dengan orang tersebut. Di sisi lain, cara untuk memotivasi orang agar percaya ada dengan menunjukkan bahwa kita kurang lebih sama "seperti" mereka. Teknik seperti ini, menurut teori ini, dapat membantu meyakinkan pendengar untuk meneriman argumen kita.[75]

Di sisi lain Humas Pemerintah Kota(PEMKO) Banda Aceh juga menghapus pemikiran masyarakat yang menganggap bahwa kota Banda Aceh itu masyarakatnya intoleran. Seperti yang dikemukakan oleh Kasubagdokumentasi dan penyiaran naskah

> "Kemarin-kemarin itu kan ada pemberitaan kalau Banda Aceh itu kota yang intoleran jadi di CFD itu menunjukkan kalau Aceh, khususnya Banda Aceh itu tidak ada yang namanya intoleran. Seluruh macam agama ada, kegiatan dari seluruh suku itu ada. misalnya kemarin itu ada pertunjukan barongsai."[76]

> "Pendapat saya tentang Car Free Day ini sangat menarik, bagus dan juga teratur acaranya. Disini juga banyak penampilan dari anak-anak yang berbakat khusunya itu bidang seni. Dan menurut saya ini juga sebagai ajang promosi kepada khalayak kalau Aceh kaya dengan Budayanya, dan tidak hanya itu saja, masyarakat Tionghoa kemarin juga sempat menampilkan atraksi Barongsainya, dan itu memiliki nilai tersendiri bagi Aceh menurut pandangan orang luar."[77]

Dari hasil wawancara di atas Humas ingin menunjukkan bahwa informasih yang beredar dikalangan masyarakat itu Hoax. Dengan itu Humas membuat

---

[75]Fraser P. Seitel, *Praktik Public Relations* Edisi ke Dua Belas, (Jakarta: Erlangga, 1992), hal. 72.

[76]Hasil wawancara Iin Mahaira selaku Kasubag dokumentasi dan penyiaran naskah, pada tanggal 4 Januari 2019

[77]Hasil wawancara dengan Migraj selaku masyarakat, pada tanggal 6 Januari 2019.

kegiatan yang melibatkan berbagai suku seperti, Tionghoa yang ikut menampilkan barongsainya. Dan ada juga mahasiswa dari berbagai Negara ikut serta dengan menampilkan tari tradisi Aceh yang mereka ketahui.

Dari hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa peran Humas Pemerintah Kota Bada Aceh menjadi hal penting dalam menumbuhan citra positif bagi Pemko itu sendiri. Untuk menumbuhkan citra positif itu berbagai cara dilakukan oleh Humas termasuk menampilakan kegiatan barongsai.

Tabel 4.1 : Peran Humas Pemko

| No | Peran Humas Pemko Banda Aceh |
|---|---|
| 1. | Menyatukan pemerintah dengan masyarakat |
| 2. | Mengelola media sosial |
| 3. | Hubungan media |
| 4. | Mengevaluasi opini publik |

**Sumber: Hasil penelitian 2019**

**2. Faktor Penghambat Dan Media Yang Digunakan Untuk Mempublikasikan Kegiatan Car Free Day**

**a. Faktor Penghambat Dalam Kegiatan Car Free Day**

Dalam menjalakan suatu kegiatan selalu ada yang namanya hambatan atau kendala dalroses kerjanya, baik itu kendala dari eksternal maupun internal yang membuat proses kegiatan tidak dapat berlangsung sebagaimana yang diharap

Setiap orang yang menjalankan suatu kegiatan dalam berorganisasi pasti pernah mendapatkan hambatan maupun gangguan, karena itu merupakan salah satu jalan untuk organisasi tersebut menuju keberhasilan. Faktor penghambat di area Car Free Day antara lain:

**1) Faktor Listrik**

Listrik menjadi kendala dalam kegiatan hari bebas mobil karena area yang digunakan di jalan. Tetapi Faktor itu tidak menghalangi untuk berlangsungnya kegiatan ini.

> "Kendalanya itu ketika listrik padam pada saat berlangsungnya CFD, karena kan ada *sound system* juga, sebetulnya tidak menjadi hambatan yang besar juga karena kan kami dari pihak penyelengaggara juga ada menyediakan gintet.[78]

Menurut hasil wawancara di atas, ketika listrik padam acara tetap berjalan dengan semestinya dengan menggunakan ginset. Sound system sangat berperan untuk keberlangsungan kegiatan hari bebas mobil, maka dari itu listrik sangat diperlukan. Listrik merupakan sumber energi untuk menghidupkan semua peralatan elektronik.

Listrik juga merupakan sarana hiburan sebabnya adalah banyak alat-alat dan media hiburan yang menggunakan energi listrik misalnya manfaat sosial media dari *smartphone*, *playstation* atau game elektronik lainnya yang menggunakan listrik. Energi listrik yang ada dalam kehidupan ini juga bisa dihasilkan sebagai penghasil gerak. Banyak kebutuhan rumah tangga yang membutuhkan listrik untuk menggerakkan sesuatu.

[78]Hasil wawancara dengan Ade Haryandi selaku CEO Car Free Day, pada tanggal 6 Januari 2019

**2) Cuaca yang tidak stabil**

Cuaca juga menjadi salah satu hambatan yang dialami oleh mereka yang terlibat sebagai penyelenggara kegiatan hari bebas mobil.

> "Hambatannya lain bisa juga berupa cuaca, namun kan yang namanya faktor alam kita tidak bisa prediksikan. Yang jelas kalau hujan bukan saja kita sebagai penyelenggaranya saja yang kesusahan, orang-orang juga tidak akan datang kesini."[79]

> "Kalau ditanya setiap minggu kesini, gak juga sih karena kan kalau hujan kek kemarin saya tidak pergi, gimana coba mau pergi kalau hujan. Kalau hujan pun kegiatannya gak bisa saya ikuti dengan baik, apalagi senam kekmana mau ikut senam kalau hujan"[80]

Cuaca merupakan fenomena yang terjadi di atmosfer bumi. Cuaca ialah sebuah aktivitas fenomena dalam waktu beberapa hari. Cuaca terjadi karena suhu yang berbeda antar satu tempat dengan tempat lainnya. Karena kegiatan ini diselenggarakan di luar ruangan hambatan yang terjadi di lapangan salah satunya adalah cuaca yang tidak menentu dapat membuat Humas kewalahan dalam menghadapinya. Kalau cuaca yang tidak stabil pun membuat kegiatan terhambat dan tidak berjalan dengan semestinya.

**3) Masyarakat yang tidak mematuhi aturan**

Adapun hambatannya juga dihadapi oleh Satpol PP berkaitan dengan pelanggaran yang dilakukan oleh masyarakat, yaitu

> "Masyarakatnya masih saja menerobos masuk kedalam area CFD dengan menggunakan sepeda motor walaupun sudah ada pembatas jalan yang dibuat agar masyarakat tidak masuk ke dalam area menggunakan sepeda motor, namun masih banyak masyarakat yang tidak mematuhi aturan ynag telah dibuat"[81]

---

[79]Hasil wawancara dengan Ade Haryandi selaku CEO Car Free Day, pada tanggal 3 Januari 2019.

[80]Hasil wawancara dengan Asra selaku masyarakat, pada tanggal 6 Januari 2019.

[81]Hasil wawancara dengan Fikri selaku Satpol PP, pada tanggal 6 Januari 2019.

Sepeda motor yang menerobos palang Car Free Day (CFD) merupakan orang dewasa yang tidak mematuhi aturan dan seenaknya melintas pada saat kegiatan sedang berlangsung.

Bahwa benar pelanggaran yang dilakukan oleh masyarakat yang menerobos jalan itu menjadi kendala dalam kegiatan ini dilihat dari hasil wawancara di atas. Sehingga ada juga masyarakat yang mengeluh menjadi waswas saat anak-anak main di jalan depan kantor DPRA, karena disitu sering ada sepeda motor yang melintas.

> "Saya takut juga kalau melepas anak-anak untuk main di ujung-ujung jalan tanpa pengawasa dari orang dewasa karena masih ada masyarakat yang membandel dengan menerobos masuk ke area ini, apa lagi di depan kantor DPRA itu"[82]

Sebagian orang tua mendampingi anaknya dalam kegiatan hari bebas mobil selain menjaga keselamatan anak dan juga melihat dan mengikuti kegiatan di acara tersebut setiap minggunya.Selain itu juga pihak Humas bekerja sama dengan media yang akan mempublikasikan kegiatan setiap minggunya. Di dalam mempublikasikan kegiatan hari bebas mobil, media juga ikut andil dalam menginformasikan ketegasan bahwa tidak boleh melintasi area Car Free Day selama berlangsungnya acara.

Selain itu juga hambatan secara umum dapat juga dialami oleh pekerja humas, antara lain:

[82]Hasil wawancara dengan Ida selaku masyarakat kota Banda Aceh, pada tanggal 6 Januari 2019.

1) Kurangnya proses interaksi antara pemerintah dengan masyarakat sehingga pemerintah tidak dapat mengontrol isu-isu negatif yang bila suatu saat berkembang di masyarakat mengenai pemerintah.
2) Kurangnya media yang di akses oleh masyarakat, sehingga para pekerja humas kurang masksimal dalam menyampaikan informasi dari pihak pemerintah terhadap masyarakat..

Dari hasil penjabaran diatas menjelaskan gambaran umum hambatan yang dihadapi oleh humas Pemerintah. Maka hambatan tersebut dapat dihadapi dengan membuat kegiatan-kegiatan yang berbaur dengan masyarakat sehingga sehingga proses interaksi antara masyarakat dengan pemerintah berjalan dengan baik.

Tabel 4.2 : Faktor penghambatan dalam Kegiatan Car Free Day

| No | Faktor Penghambat dalam Kegiatan Car Free Day | Solusi Humas Pemko dalam Mengatasi Hambatan |
|---|---|---|
| 1. | Listrik yang padam | 1. Menyediakan ginset<br>2. Bekerjasama dengan pihak PLN |
| 2. | Cuaca yang tidak stabil | 1. Acara tetap akan berjalan.<br>2. Menikmati suasana yang ada |
| 3. | Masyarakat yang tidak mematuhi aturan. | 1. Memasang palang Car Free Day<br>2. Adanya penjagaan disetiap lorong-long area Car Freaa Day<br>3. Peneguran langsung bagi masyarakat yang tidak mematuhi aturan |

**Sumber: Hasil penelitian 2019**

**b. Media Yang Digunakan Untuk Mempublikasikan Kegiatan Car Free Day**

Dalam menjalakan suatu kegiatan selalu ada yang namanya hambatan atau kendala dalam proses kerjanya, baik itu kendala dari eksternal maupun internal yang membuat proses kegiatan tidak dapat berlangsung sebagaimana yang diharapkan. Humas PEMKO mensosialisasikan program ini sebelum berjalannya kegiatan. Seperti yang dikatakan Afrizal selaku jurnalis Humas Pemko Banda Aceh sebagai berikut:

> "Jauh sebelum CFD ini berjalan kami sebagai Humas sudah mulai mensosialisasikan kepada teman-teman media, kita buat dalam bentuk release kemudian kita kirimkan ke media-media, disitu kita juga jelaskan semua tujuannya itu untuk apa, pemberitahuan tidak boleh melintas kendaraan selama berlangsungnya acara."[83]

Media alternatif dalam mempromosikan Car Free Day (CFD) antara lain:

**1) Media dalam ruangan**

Media dalam ruangan meliputi radio dan surat kabar. Media alternatif yang digunakan oleh Humas Pemerintah Kota Banda Aceh adalah radio Three FM.

> "Kita itu setiap hari jum'at pukul 17:00 s/d 18:00 itu selalu ada talk show di 94,5 FM untuk mempublikasikan kegiatan pra CFD, dan termasuk live di hari H saat acara formalnya berlangsung itu kita live dari pukul 06:30 s/d 08:30 lebih lah"[84]

Para praktisi Humas berhubungan dengan para editor dan jurnalis. Iklan sifatnya. Iklan sifatnya jauh lebih komersial dibandingkan dengan humas. Setiap

[83]Hasil wawancara dengan Afrizal selaku jurnalis humas Pemko Banda Aceh, pada tanggal 4 Januari 2019.

[84]Hasil wawancara dengan Ade Haryandi selaku CEO Car Free Day, pada tanggal 3 Januari 2019.

kolom surat kbar atau waktu siaran radio bagi iklan harus dibayar. Sedangkan kolom dan waktu siyar untuk artikel Humas terkadang tidak harus dibayar. Pemuatan atau penyiaran satu materi Humas tidak bisa disamanakan dengan iklan gratis, dan nilainya tidak bisa dihitung-hitung bergitu saja.[85]

Menurut hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa media sangat penting dalam kegiatan hari bebas mobil. Dengan adanya informasi melalui Three FM banyak kalangan remaja yang tertarik untuk melihat dan mengikuti serta memeriahkan kegiatan tersebut.

**2) Media luar ruangan**

Media luar ruangan berupa media promosi, media tersebut meliputi baliho dan spanduk. Humas Pemerintah Kota (PEMKO) Banda Aceh salah satunya menggunakan baliho sebagai media promosi kegiatan hari bebas mobil.

> "Pertama tau kegiatan ini tu saya baca di baliho kalau gak salah itu di baliho yang di taman sari. Kegiatan ini sangat bermanfaat dan juga bisa terjalinnya silaturrahmi dengan pemerintah kota, kita bisa berinteraksi langsung dengan bapak walikotanya."[86]

Kampanye periklanan dan kampanye Humas sama-sama bisa menggunakan berbagai macam media. Sebagai contoh iklan bisa saja di tempatkan di majalah, surat kabar sampai ke selebaran-selebaran biasa namun kita bisa mengatakan bahwa dunia periklanan lebih kreatif dibnadingkan dunia Humas dalam hal penggunaan media ini. Meskipun secara teknis memungkinkan, kita jarang melihat adanya artikel-artikel Humas. Biasanya Humas cenderung pada media-media yang bercakupan lebih luas, sedangkan dunia periklanan condong pada

[85]Frank Jefkins, Public Relations ..., hal.59.

[86]Hasil wawancara dengan Yolanda selaku masyarakat Banda Aceh, pada tanggal 6 Januari 2019

media-media yang punya ciri khas, maenarik sesuai dengan karakteristik masyarakat.[87]

Selain media sosial, pihak Humas juga menggunakan media luar ruangan salah satunya baliho untuk mempromosikan kegiatan-kegiatan yang ada setiap minggunya. Baliho merupakan media yang dapat dipasang di ruas jalan seperti di taman sari, Ulee Lheue, Simpang Jambo Tapee dan juga Simpang 5.

**3) Komunikasi langsung**

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Kasubag dokumentasi dan penyiaran naskah Iin Mahaira bahwa,

> "Selain mensosialisasikan kepada teman-teman media, kami selaku Humas juga mensosialisasikan kepada masyarakat itu secara *face to face* jadi tidak bertumpu pada media saja tapi sosialisasi itu juga bisa melalui komunikasi dari mulut ke mulut."[88]

Menurut hasil wawancara di atas sosialisasi kepada masyarakat bisa juga dilakukan dengan bertatap muka tidak mesti menggunakan media. Yang penting pesan yang ingin disampaikan itu tersampaikan dengan baik dan masyarakat juga menerimana pesan itu dengan baik. Cara yang dilakukan oleh staf Humas yaitu memberi informasi tentang Car Free Day disetiap adanya pertemuan.

Dunia kehumasan dapat menggunakan berbagai media khususnya seperti jurnal-jurlan internet, buletin, atau sekedar majalah dinding. Peranan media khusus ini menjadi sangat penting seandainya organisasi yang bersangkutan tidak menyediakan anggaran untuk biaya pemakaian biaya komersial seperti koran atau

---

[87]Frank Jefkins, *Public RelationS* ..., hal.59.

[88]Hasil wawancara Iin Mahaira selaku Kasubag dokumentasi dan penyiaran naskah, pada tanggal 4 Januari 2019

majalah sebagai contoh kegiatan Humas yang bergerak dalam bilang sosial jarang sekali jarang memasang iklan pada majalah dan koran. Mereka biasanya terjun langsung ke lapangan untuk bertemu langsung dengan masyarakat.[89]

Tabel 4.3 : Media Yang Digunakan

| No | Media yang digunakan | Medianya |
|---|---|---|
| 1. | Media dalam ruangan meliputi radio, televisi, surat kabar, dan majalah. | 1. Radio Three FM<br>2. News Banda Aceh<br>3. Harian Merdeka |
| 2. | Media luar ruangan, berupa media promosi media tersebut meliputi baliho, spanduk, poster, *billboard,* dan *neon box* | 1. Baliho di Taman sari<br>2. Baliho di jalan Ule Lheu |
| 3. | Komunikasi langsung | 1. Humas menyampaikan langsung ke masyarakat secara tetap muka |

**Sumber: Hasil penelitian 2019**

Setelah mengetahui situasnya secara jelas kita dapat segera mempelajari daftar pemilihan media Humas beserta berbagai tujuan dan jenis khalayak yang hendak dituju sebagai landasan pemilihan media. Yang tercantum dibawah ini adalah media-media utama bagi kegiatan Humas. Tentu saja dalam prakteknya masih banyak lagi jenis media yang dapat digunakan. Namun pada bagian pembahasan ini, sudah cukup apabila kita memahami media Humas yang pokok, antara lain:[90]

a) Media pers: Media ini terdiri dari berbagai macam surat kabar yang beredar di masyarakat secara umum, baik yang berskala yang

[89]Frank Jefkins, *Public Relations* ..., hal.60.

[90]*Ibid.* Hal.61-63.

regional maupun Nasional atau bahkan Internasional. Koran-koran gratis, majalah-majalah yang diterbitkan secara umum maupun hanya dalam jumlah terbatas untuk kalangan tertentu. Buku-buku petunjuk khusus, buku-buku tahunan dan laporan-laporan tahunan dari berbagai lembaga yang sengaja dipublikasikan untuk umum.

b) Audio-Visual: Media ini terdiri dari slide dan kaset video atau bisa juga film-film dokumenter.
c) Radio: Kategori ini meliputi semua jenis radio, mulai dari skala lokal, Nasional hingga Internasional. Baik yang dipancarkan secara luas maupun yang dikemas secara khusus, seperti yang dilakukan oleh radio Three FM.
d) Dari sisi televisi: Sama halnya dengan radio, televisi yang sering digolongkan sebagai media Humas pasti tidak hanya televisi Nasional atau Regional tapi juga televisi Internasional.
e) Pameran: Dalam melaksanakan suatu program atau kampanye Humas, para partisi Humas juga sering memanfaatkan acara eksibisi atau pameran. Misalnya pameran untuk memperkenalkan produk baru.
f) Bahan-bahan cetakan: Yakni berbagai macam bahan cetakan yang bersifat mendidik, invormatis dan menghibur yang disebarkan dalam berbagai bentuk guna mencapai tujuan Humas tertentu.
g) Penerbitan buku khusus: Isi buku ini bisa bermacam-macam, misalnya saja mengenai seluk beluk organisasi, petunjuk lengkap

mengenai cara penggunaan produk-produknya atau bisa juga mengenai keterangan tentang berbagai aspek yang berkenaan dengan produk atau organisasi itu sendiri.

h) Surat langsung: Media ini lazim pula digunakan sebagai alat penyampai pesan kehumasan. Surat Humas seperti ini tidak hanya ditujukan kepada tokoh atau pribadi-pribadi tertentu saja, tetapi juga kepada berbagai macam lembaga yang sekiranya relevan, atau untuk dipajang di tempat-tempat umum

i) Pesan-pesan lisan: Penyampaian pesan Humas tidak hanya dilakukan lewat media massa, tapi juga melalui komunikasi langsung atau tatap muka. Kegiatan seperti ini bisa dilangsungkan dalam berbagai kesempatan seperti dalam acra sarapan pagi bersama, diselah-selah pertemuan dinas, dalam pembicaraan telfon atau dalam suatu seminar.

j) Pemberian sponsor: Suatu organisasi atau perusahhan bisa juga menjalankan kegiatan Humasnya melalui penyediaan dana atau dukungan tertentu atas penyelenggaraan suatu acara seni, olahraga, ekspedisi, beasiswa Universitas, sembangan amal dan sebagainya. Kegiatan penyediaan sponsor ini juga sering dilakukan dengan rangka melancarkan suatu iklan atau mendukung suatu usaha-usaha pemasaran.

k) Jurnal organisasi: Istilah jurnal internet memiliki bermacam-macam padanan, mulai dari “jurnal internal”, “buletin terbatas” sampai ke

"koran perusahaan". Ada dua macam jurnal yaitu jurnal yang 100% bersifat internal, baik itu berupa paparan berita atau siaran berita, majalah atau koran yang hanya dibagikan kepada pimpinan, pemegang saham, para anggota, atau para pelanggan. Maupun jurnal eksternal, yakni suatu terbitan yang tidak hanya ditujukan kedapa orang-orang dalam, tapi bahkan ditujukan kepada pihak-pihak luar mulai dari distributor, pemakai atau konsumen. Jurnal eksternal yang sudah mapan sering dikutip oleh media massa sehingga fungsinya sebagai penyebar pesan Humas menjadi efektif.

l) Ciri khas dan identitas perusahaan: Bentuknya bisa bermacam-macam, tergantung pada bentuk dan karakter organisasinya. Ciri khas organisasi atau idetitas perusahaan ini sengaja diciptakan untuk mengingat khalayak atas keberadaan dari organisasi yang bersangkutan.

m) Bentuk-bentuk media Humas lainnya: Selain itu masih banyak lagi bentuk-bentuk media Humas. Seiring dengan evolusi waktu dan kemajuan teknologi, bisa dipastikan bahwa bentuk media tersebut akan semakin bervariasi dimasa-masa mendatang.

Disini terjadi proses komunikasi banyak tahap *(Multi Step Communications)* dimana Humas dalam menyampaikan pesan melalui bermacam-macam cara, misalnya Humas dalam menyampaikan pesan bisa langsung melalui media. Di samping ini juga bisa menyampaikan pesan langsung kepada masyarakat dan juga

memalui CEO Car Free Day, sehingga langkah-langkah yang ditempuh oleh Humas bermacam-macam.

### 3. Humas Pemerintah Kota (PEMKO) Banda Aceh Dalam Menjalankan Kerjasama Dengan Sponsor

Setiap organisasi memiliki cara tersendiri untuk membangun kerjasama yang baik dengan para sponsornya, karena sponsor adalah dukungan finansial atau materi pendukung dalam terjalannya suatu kegiatan.

#### a. Sponsor bisa mempromosikan produk

Setiap organisasi memiliki cara tersendiri untuk membangun kerjasama yang baik dengan para sponsornya, karena sponsor adalah dukungan finansial atau materi pendukung dalam terjalannya suatu kegiatan. Seperti halnya yang disampaikan oleh Ade Haryandi selaku CEO CFD yaitu:

> "Kita punya cara sendiri untuk menarik sponsor, Banda Aceh CFD itu sangat potensial untuk para sponsor untuk mempromosikan atau memberikan produknya mereka. Humas menawarkan kerjasama dengan penawaran bagi sponsor untuk mempromosikan produk mereka."[91]

> "Kegiatan ini seru banyak sponsor yang membuat kuis dan membagikan doorprize kegiatanya sangat menarik juga sangat terarut selain sebagai wadah hibungan juga sebagai wadah untuk belajar bagi anak-anak, banyak juga dibuat lomba untuk anak-anak."[92]

Bagi penyelenggar kegiatan jangan pernah berharap sponsor tidak akan meminta imbalan, karena pada dasarnya sponsor akan memberikan uang ataupun materi lainnya dengan syarat sama-sama menguntungkan dari kedua belah pihak.

[91]Hasil wawancara dengan Ade Haryandi selaku CEO Car Free Day, pada tanggal 3 Januari 2019.

[92]Hasil wawancara dengan Santi selaku Masyarakat, pada tanggal 6 Januari 2019.

Maka dengan itu para sponsor mau bekerja sama apabila pihak penyelenggara dapat memberikan keuntungan kepada sponsor.

Penyediaan sponsor pasti ingin jati diri atau lembaganya meraih reputasi mengesankan, memiliki nama harum agar dikenal secara luas. Setiap penyediaan sponsor selalu mengandung fungsi kehumasan. Pihak sponsor ingin bekerja sama untuk memiliki motivasi guna memperoleh imbalan tertentu dengan mempromosikan produknya. Nilai-nilai pokok Humas terwujud berupa terciptanya kesadaran khalayak akan keberadaan perusahaan atau produk-produknya.

Manfaat humas sponsor adalah terciptanya suatu proses pengakraban melalui liputan media yang berlangsung secara berulang-ulang. Sosok atau reputasi di mata khalayak pun positif karena ia telah membuktikan kesediaannya turut memikul tanggung jawab sosial. Kalau reputasi perusahaannya baik, maka dengan sendirinya reputasi produk-produknya sama baiknya.[93]

Ketika sebuah lembaga atau organisasi mengajukan penawaran kepada *sponsorship* maka mereka sedang menjalin proses kerja sama. Ini juga yang dilakukan oleh pihak Humas Pemerintah Kota (Pemko) Banda Aceh yang dikemukakan sebagai berikut:

> "Yang pernah menjadi sponsor kami biasanya itu dari pihak perbankkan, yaitu dari bank Aceh, BRI, Mandiri, BCA, Bukopin,. Ada juga pemerintah yang diluar Pemko, ada Badan Statistik Nasional, dan juga para sponsor sering memanfaatkan kegiatan CFD itu merayakan ulang tahun perusahaan tersebut."[94]

[93]Frank Jefkins, Public Relations ..., hal. 230-231.

[94]Hasil wawancara dengan Ade Haryandi selaku CEO Car Free Day, pada tanggal 3 Januari 2019.

Untuk memperlihatkan niat baik perusahaan, pihak perusahaan meyelenggarakan acara penyerahan penghargaan prestasi akademik dan melaksanakan acara-acara mengenai kegiatan sponsor. Dana sponsor yang telah dikeluarkan dengan sendirinya kembali ke kas perusahaan dalam jumlah yang berlipat ganda. Potensi keuntungna, baik langsung atau tidak langsung, dari penyediaan sponsor memang cukup besar, sehingga begitu banyak perusahan yang bahkan bersedia mengalokasikan dana khusus untuk sponsor.[95]

Humas dituntut untuk membuat acara semenarik mungkin agar sponsorshipnya tertarik untuk melakukan kerjasama dengan Humas Pemerintah Kota (Pemko) Banda aceh pada kegiatan hari bebas mobil.

**b. Tema yang dibuat setiap minggunya berbeda**

Tema merupakan judul dari kegiatan. Tema berisikan topik mengenai kegiatan, tema juga dapat menjelaskan nama dari kegiatan. Dengan penentuan tema yang menarik dapat menarik sponsor untuk bekerjasama. Kegiatan yang dibuat sangat menentukan sponsor untuk bekerja sama dengan lembaga yang membuat kegiatan.

> "Setiap minggunya itu tema-tema yang dibuat selalu berbeda, serta penampilan yang ditampilkan juga menurut tema yang dibuat untuk setiap minggunya, selalu ada di buat rapat kecil untuk menyusun rundown acara. Para sponsorshipnya selalu di ikut sertakan dalam membuat *rundown* acara."[96]

[95]Frank Jefkins, Public Relations ..., hal. 231.

[96]Hasil wawancara dengan Yudhi selaku Staf Humas Pemko Banda Aceh, pada tanggal 4 Januari 2019.

> "Penampilannya tu sesuai dengan tema yang dibuat, misalnya kemarin itu tema tentang ulang tahun Tsunami, jadi yang penampilan puisinya pun bertema Tsunami, Sepertinya tema yang dibuat pun setiap minggunya selalu beda. Acaranya tu teratur dan lebih rapi lah"[97]

Untuk mendukung strategi atau kebijakan pemasaran sebuah perusahaan menyajikan sponsor berupa dukungan keuangan terhadap sesuatu acara atau hal yang menyangkut kepentingan para calon konsumen, maka sosok perusahaan itu atau produk-produknya akan dikaitkan dengan kegiatan baik dari segi kesehatan, kenyamanan atau keindahan yang didambakan oleh konsumen tersebut. Jika asosiasi semacam ini sudah terbentuk maka akan mudah bagi perusahaan itu untuk menjual produk-produknya.[98]

Para sponsor juga bisa mensosialisasikan apa yang ingin disampaikan kepada masyarakat, jadi para sponsor tanpa harus repot-repot mengumpulkan masyarakatnya, jadi bisa langsung di sampaikan di area CFD ini, seperti halnya kami pernah membuat kerjasama dengan pihak PDAM Tirta Daroy, jadi mereka disana bisa memasang spanduk dan juga bisa menghimbau kepada masyarakat agar membayar rekening air itu tepat pada waktunya.

[97]Hasil wawancara dengan Mig'raj masyarakat, pada tanggal 6 Januari 2019.

[98]Frank Jefkins, Public Relations ..., hal. 231.

Tabel 4.4 : Cara melakukan kerjasama dengan sponsor

| No | Alasan-alasan penyediaan sponsor |
|---|---|
| 1. | Memberitahu khalayak mengenai kegiatan perusahaan, seperti produk dan pertumbuhan suatu perusahaan. |
| 2. | Menyelesaikan kesalah pahaman, menjawab kritik, dan menghilangkan seluruh ketidak puasan yang muncul di kalangan masyarakat. |
| 3. | Mendapatkan opini yang baik dari masyarakat. |
| 4. | Menginformasikan aktifitas atau perkembangan perusahaan kepada pegawai sehingga mereka dapat memberi tahu kepada masyarakat mengenai perusahaan dan memengaruhi opini baik terhadap perusahaan |
| 5. | Menginformasikan kontribusi perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat dan mendapatkan dukungan atas ligislasi yang dapat mempengaruhi iklim bisnis yang menguntungkan kegiatan. |
| 6. | Mencari tahu pendapat masyarakat mengenai perusahaan, mengapa mereka menyukai dan tidak menyukai kebijakan dan praktik perusahaan, serta seberapa banyak mereka mengetahui kebijakan, aktifitas dan masalah perusahaan |
| 7. | Membangun sebuah hubungan personal diantara menejemen dan pemimpin kegiatan dengan mengundang para Humas untuk mengunjungi kantor perusahaan tersebut, bertemu dengan pihak menejemen. |
| 8. | Mengoperasikan sebuah bisnis yang menguntungkan untuk menyediakan lapangan pekerjaan dan membayar upah yang kompetitif, yang meningkatkan daya beli dan memperkuat ekonomi kegiatan Humas. |
| 9. | Bekerja sama dengan bisnis lokal lainnya dalam meningkatkan pertumbuhn ekonomi dan kesejahteraan sosial melalui program hubungan perusahaan gabungan. |

**Sumber: Buku Frank Jefkins, Public Relations, Jakarta : Erlangga.**

# BAB V

# PENUTUP

## A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya pada bab ini peneliti membahas beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Peran yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Banda Aceh dalam upaya menjalankan kegiatan Car Free Day diantaranya menyatukan pemerintah dengan masyarakat dengan adanya Car Free Day tersebut tidak hanya berdampak positif terhadap masyarakat saja namun juga dapat berdanpak positif bagi Pemerintah Kota Banda Aceh sendiri, kemudian mengelola media sosial karena pada dasarnya Humas itu tidak jauh-jauh dari media sehingga Humas Pemerintah Kota Banda Aceh harus dapat mengelola media sosial, selanjutnya hubungan media, dan mengevaluasi opini publik dengan menghapus pemikiran masyarakat yang negatif.
2. Faktor penghambat dalam kegitan Car Free Day yang dialami oleh Pemerintah Kota (PEMKO) Banda Aceh meliputi tiga hambatan. Diantaranya listrik yang tidak stabil karena kegiatan Car Free Day diselenggarakan di luar ruangan, kemudian cuaca yang tidak stabil membuat terhambatnya berlangsung kegiatan Car Free Day, dan faktor penghambat lainnya adalah masyarakat yang tidak mematuhi aturan. Media yang digunakan untuk mempublikasikan kegiatan Car Free Day (CFD). Media merupakan jalur informasi yang sangat kuat dampaknya bagi pengikutnya. Media yang digunakan berupa media luar ruangan,

media dalam ruangan dan komunikasi langsung. Dengan berkembangnya media sehingga mengharuskan pekerja Humas untuk menggunakan media sebagai alat publikasi ke masyarakat. Dengan demikian Humas Pemerintah Kota Banda Aceh bekerja sama dengan beberapa media partner seperti: Three FM, News Banda Aceh, dan juga Harian Merdeka, serta Humas Pemerintah Kota Banda Aceh juga memanfaatkan media zaman sekarang sebagai wadah untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat seperti: Instagram, Faceebook dan juga Youtube.

3. Cara humas Pemerintah Kota (PEMKO) Banda Aceh dalam menjalankan kerja sama dengan sponsor, setiap organisasi memiliki cara tersendiri untuk membangun kerja sama yang baik dengan sponsornya, karena sponsor adalah dukungan finansial atau materi pendukung dalam terjalannya suatu kegiatan. Humas menawarkan kerja sama dengan sponsor dengan menawarkan untuk mempromosikan produknya, kemudian Humas membuat tema yang berbeda setiap minggunya agar menarik minat sponsor, memberi izin bagi sponsor untuk memasang iklan, menyediakan panggung ekspresi di area Car Free Day, membuat kegiatan yang melibatkan sponsor, dan juga mencari tau oendapat masyarakat mengenai perusahaan.

## B. Rekomendasi

Pada penelitian ini ada beberapa hal yang menjadi evaluasi ke depan berkenaan dengan hasil penelitian. Adapunrekomendasi antara lain:

1. Pada penelitian selanjutnya, penelitian-penelitian tentang Humas Pemerintah Kota Banda Aceh perlu diperbanyak, dikembangkan, dan difasilitasi, karena Humas Pemerintah Kota Banda Aceh mempunyai kegiatan sosial yang melibatkan Pemerintah dengan masyarakat sehingga pemikiran negatif dari masyarakat dapat dihapuskan.
2. Pada segenap Humas Pemerintah Kota Banda Aceh diharapkan agar dapat mengembangkan dan mengekspor lagi setiap kegiatan yang lebih menarik, kreatif dan inovatif disetiap minggunya dan memanfaatkan media lebih luas lagi.
3. Berharap kepada masyarakat agar lebih taat kepada peraturan dan mengikuti semua kegiatan yang diselenggarakan oleh Humas Pemerintah Kota Banda Aceh.
4. Humas diharapkan dapat bekerja sama dengan sponsor, baik di lapangan maupun di kantor dan dapat mencari sponsor rutin setiap minggunya.
5. Masih banyak kekurangan dalam penelitian ini, perlu sekiranya untuk bisa menjadi acuan peneliti dalam penelitian selanjutnya.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

### A. Buku


Achmad Maulana DKK,2011, *Kamus Ilmiah Populer Lengkap,* Yogyakarta : Absolut.

Arikunto, 2007, *Manajemen Penelitian Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta.

Anne Gregory, 2015, *Public Relations Dalam Praktek*, Jakarta: Erlangga

Burhan Bungin, 2006, *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta : kencana.

_____, 2011, *Penelitian Kualitatif (Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya)*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Cholid Narbuko dan Abu Achmadi,2009, *Metodelogi Penelitian*, Jakarta : Bumi Aksara.

Cutlip, Scott M, 2016, *Effective Public Relations,* Jakarta: Kencana.

Daniel Hariyono, 2010, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Tim Pustaka Phoenik.

Frank Jefkins, *Public Relations*, Jakarta: Erlangga

Frase P. Seitel, *Praktik Public Relations*, Jakarta: Erlangga

Frida Kusumastuti,2002, *Dasar-Dasar Hubungan Masyarakat,* Bogor Selatan: Ghalia Indonesia.

Hafied Cangara, 2013, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi,* Jakarta: Rajagrafindo Perdasa.

H.AW. Widjaja, 2008, *Komunikasi* (*Komunikasi dan Hubungan Masyarakat)*, Jakarta : Bumi Aksara.

H. Frazier Moore, 1981, *Hubungan Masyarakat (Prinsip, Kasus, Dan Masalah),* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Husaini Usman, 2009, *Metodelogi Penelitian Sosial*, Jakarta : Bumi Aksara.

Lexy J. Moleong, 2010, *Metodologi Penelitian Kualitatif,* Bandung : Remaja Rosdakarya.

Onong Uchjana Effendy, 1993, *Human Relations Dan Public Relations*, Bandung: Mandar Maju.

Poppy Ruliana,2016, *Komunikasi Organisasi (Teori Dan Studi Kasus),* Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Pendidikan,* Bandung : Alfabeta.

_____,2010, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,* Bandung : Alfabeta.

_____,2011, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,* Bandung: Alfabeta.

_____,2013*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D,* (Bandung : Alfabeta.

Suharsimi Arikunto, 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek,* Jakarta: Rineka Cipta.

_____,1993, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek,* Jakarta: Bina Ilmu.

Suryanto, 2015, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Bandung:Pustaka Setia.

Sutrisno Hadi,1989, *Metodologi Research,* Jilid I dan II, Yogyakarta: Andy Orset

Usman, A. Rani, dkk, *Panduan Penulisan Skripsi*. Banda Aceh: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Negeri Ar-Raniry, 2013.

Veithzal Rival Zainal, 2014, *Kepemimpinan Dan Perilaku Organisasi*, Jakarta: Rajawali Pers.

**B. Jurnal**

Amanda Carolina Lakoy,"Pengaruh Komunikasi, Kerjasama Kelompok, Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Karyawan Pada Hotel Aryaduta Manado", jurnal EMBA (Online), Diakses 15 Oktober 2018.

Andy Dwi Kis-PP, " Peran Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Kualitas Kerjasama Sekolah Dengan Dunia Usaha Dan Dunia Industri (DUDI) Di SMK Negeri 5 Surabaya'', jurnal manajemen pendidikan (Online), Diakses 15 Oktober 2018.

Novita, C, "Aktivitas Car Free Day Jalan Di Ponegoro dan Gajah Mada kota Pekanbaru", jurnal Jomfisip (Online), Diakses 1 Oktober 2018.

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: B.1294/Un.08/FDK/KP.00.4/02/2018

Tentang
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Semester Genap Tahun Akademik 2017/2018

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.

Mengingat :
1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2018, Tanggal 5 Desember 2017

MEMUTUSKAN

Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
Pertama : Menunjuk Sdr. 1) Drs. Yusri, M.Lis ..... (Sebagai PEMBIMBING UTAMA)
2) Syahril Furqany, M.I.Kom ..... (Sebagai PEMBIMBING KEDUA)

Untuk membimbing KKU Skripsi:
Nama : Khaira Auliani
NIM/Jurusan : 140401131/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : *Peran Humasa Pemerintah Kota Banda Aceh dalam Menjalankan Program Car Free Day Masa Walikota Aminullah Usman dan Zainal Arifin*

Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2016;
Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.
Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 28 Februari 2018 M
13 Jumadil Akhir 1439 H

a.n. Rektor UIN Ar-Raniry,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,

Kusmawati Hatta

Tembusan:
1. Rektor UIN Ar-Raniry.
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.
3. Pembimbing Skripsi.
4. Mahasiswa yang bersangkutan.
5. Arsip.

Keterangan:
SK berlaku sampai dengan tanggal: 27 Februari 2019

**KEMENTERIAN AGAMA**
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY**
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**
Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7552548, www.dakwah arraniry.ac.id

Nomor : B.6007/Un.08/FDK.I/PP.00.9/12/2018
Lamp : -
Hal : ***Penelitian Ilmiah Mahasiswa***

Banda Aceh, 31 Desember 2018

Kepada
Yth, **Wali Kota Banda Aceh**

**Di –**

**Tempat**

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

| | |
|---|---|
| Nama /Nim | : **Khaira Auliani / 140401131** |
| Semester/Jurusan | : IX / Komunikasi Penyiaran Islam |
| Alamat sekarang | : Desa Klieng Cot Aron |

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul ***"Peran Humas Pemerintah Kota Banda Aceh dalam Menjalankan Program Car Free Day Masa Walikota Aminullah Usman dan Zainal Arifin."***

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Wassalam
an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan,

Yusri

**PEMERINTAH KOTA BANDA ACEH**
# SEKRETARIAT DAERAH KOTA
Jalan Tgk. Abu Lam U Nomor 7, Banda Aceh 23242
Telepon ( 0651) 22744 - 21910, Fax ( 0651 ) 21910
website : bandaacehkota.go.id

Banda Aceh, 14 Januari 2019

Nomor : 070 / 0079
Lamp :
Hal : Pemberitahuan

Kepada
Yth. Dekan Universitas Islam Negeri
AR- Raniry Fakultas Dakwah
dan Komunikasi
di
Banda Aceh

Sehubungan dengan surat Dekan Universitas Islam Negeri AR-Raniry Fakultas Dakwah Nomor : B.6007/Un08/FDK.I/PP.00.9/12/2018 tanggal 31 Desember 2018 perihal Penelitian Ilmiah Mahasiswa, maka bersama ini kami jelaskan bahwa :

Nama : Khaira Auliani
NIM : 140101131
Judul Skripsi : Peran Humas Pemerintah Kota Banda Aceh dalam Menjalankan Program Car Free Day Masa Walikota Aminullah Usman dan Zainal Arifin.

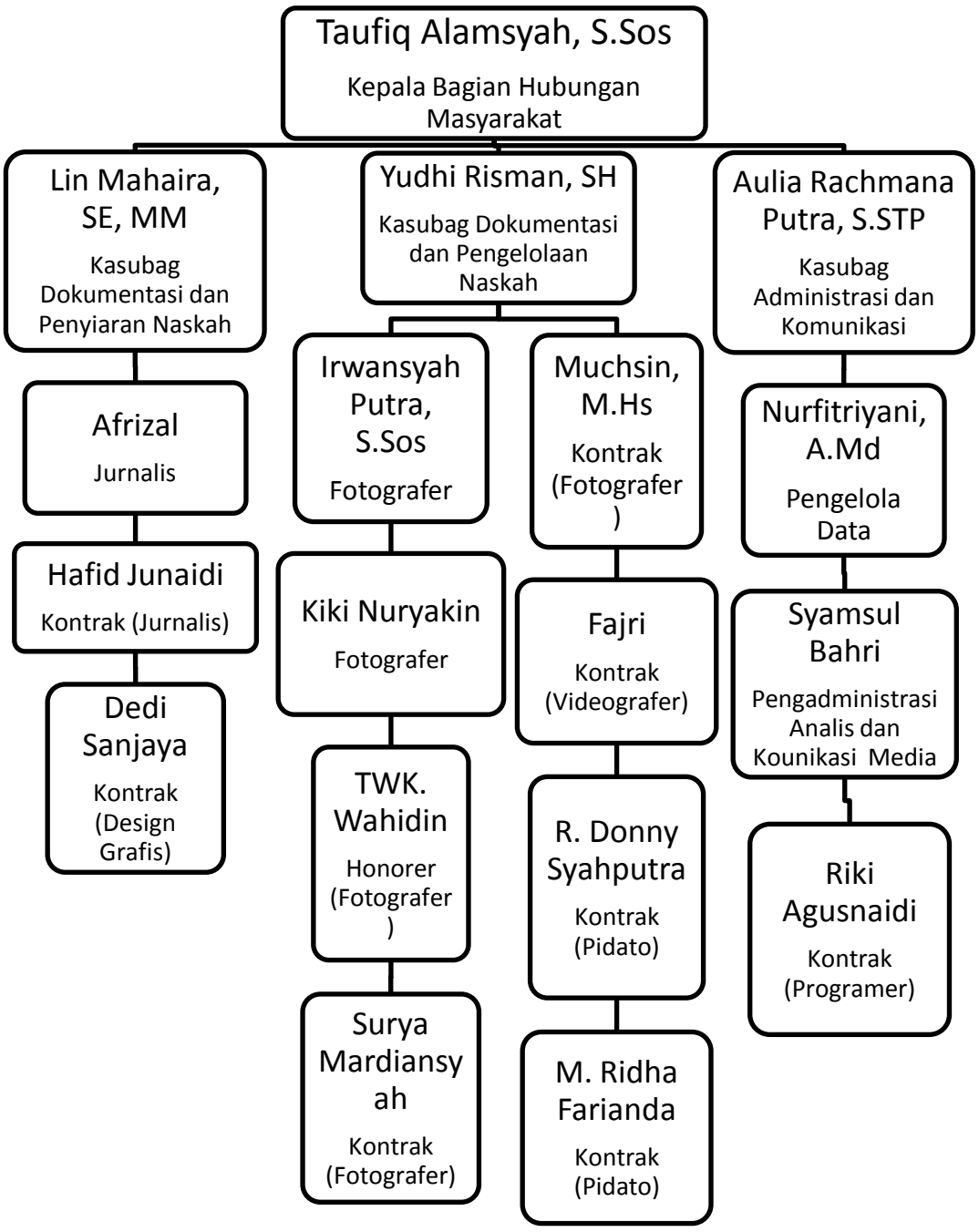
Telah melakukan pengumpulan data di Sekretariat Daerah Kota Banda Aceh dalam rangka penyusunan Skripsi.

Demikian untuk menjadi bahan seperlunya.

an. Sekretaris Daerah Kota Banda Aceh
Asisten Administrasi Umum

**Drs. Tarmizi, MM**
Pembina Utama Muda
NIP. 196201131986071001

**Lampiran Stuktur Humas Pemerintah Kota Banda Aceh**




**Sumber: Humas Pemerintah Kota Banda Aceh**

**Lampiran Struktur Kepanitiaan Car Free Day**

**Sumber: CEO Car Free Day**

## Lampiran Foto Kegiatan

Foto 1 : Pertunjukan Barongsai

**Sumber: Instagram Car Free Day Kota Banda Aceh**

Foto 2 : Masyarakat yang tidak mematuhi atura

**Sumber: Hasil penelitian 2019**

Foto 3 : Promosi Drink Water di Area Car Free Day

**Sumber: Instagram Car Free Day Kota Banda Aceh**

Foto 4: Demo Make Up dari Wardah

**Sumber: Hasil penelitian 2019**

Foto Dokumentasi

Foto 1 : Sedang Wawancara Ibu IIN sebagai Kasubag Dokumentasi dan Penyiaran Naskah

Foto 2: Sedang Wawancara BapakAfrizal  sebagai Jurnalis Humas

Foto 3: Sedang Wawancara Bapak Ade Haryandi sebagai CEO Car Free Day

Foto 4 : Sedang Wawancara Bapak Yudhi Risman sebagai Kasubag Dokumentasi dan Pengelolaan Naskah

Foto 5 : Foto Bersama

Foto 6 : Sedang Wawancara Ibu Lia sebagai masyarakat

Foto 7 : Sedang Wawancara Ibu Yolan sebagai masyarakat

Foto 8 : Sedang Wawancara Ibu Santi sebagai masyarakat

Foto 9 : Sedang Wawancara Bapak Fikri sebagai Satpol PP

Foto 10 : Sedang Wawancara Ibu Yuli  sebagai masyarakat

# DAFTAR RIWAYAT HIDUP

**Identitas Diri**

1. Nama Lengkap : Khaira Auliani
2. Tempat / Tgl. Lahir : Klieng Cot Aron /27-01-1996
   Kecamatan Baitussalam Kabupaten/Kota Aceh
Besar
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. NIM / Jurusan : 140401131 / Komunikasi dan Penyiaran Islam
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : Klieng Cot Aron
   a. Kecamatan : Baitussalam
   b. Kabupaten : Aceh Besar
   c. Propinsi : Aceh
8. Email : khairaauliani19@gmail.com

**Riwayat Pendidikan**

9. MI/SD/Sederajat SDN 2 Klieng Tahun Lulus 2008
10. MTs/SMP/Sederajat SMPN 1 Darussalam Tahun Lulus 2011
11 MA/SMA/Sederajat SMAN 5 Banda Aceh Tahun Lulus 2014

**Orang Tua/Wali**

13. Nama ayah : Umar Awahab (Alm)
14. Nama Ibu : Azizah
15. Pekerjaan Orang Tua : -
16. Alamat Orang Tua : Klieng Cot Aron
    a. Kecamatan : Baitussalam
    b. Kabupaten : Aceh Besar
    c. Propinsi : Aceh

Banda Aceh, 24 Januari 2019
Penulis,

Khaira Auliani