

BAB VI PENUTUP

6.1 Simpulan

Pemerintah Provinsi Riau memiliki program-program pembangunan seperti Visi Riau 2020, Kemiskinan, Kebodohan dan Infrastruktur (K2I), PON XVIII dan berbagai even khusus lainnya yang harus dikomunikasikan dan dipromosikan. Pemerintah Provinsi Riau melakukan berbagai bentuk kegiatan untuk mengomunikasikan kebijakan tersebut kepada masyarakat Riau yaitu dengan cara periklanan, namun secara umum dominasi kegiatan komunikasi adalah dengan metode kehumasan. Peraturan Daerah (Perda) dan Peraturan Gubernur (Pergub) selalu menjadi rujukan dalam setiap aktivitas dan kegiatan semua pegawai Pemerintah Provinsi Riau termasuk semua perencanaan dan kegiatan komunikasi maupun kehumasan.

Hampir semua kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Riau dipusatkan pada Subbagian Hubungan masyarakat. Memang ada dinas-dinas atau satuan kerja Pemerintah Provinsi Riau yang membuat iklan sendiri karena memiliki humas masing-masing, namun umumnya selalu dilakukan koordinasi dengan bagian Humas di pemerintahan provinsi.

Pesan komunikasi atau promosi pemerintah Provinsi Riau tentang kebijakan dan program pembangunan melalui iklan adalah pesan yang baik. Namun medianya didesain dan memiliki bentuk yang buruk, sehingga jarang mendapatkan perhatian dari masyarakat. Selain itu pesan kurang tersampaikan dengan baik karena pesan lebih menggambarkan pesan yang bermuatan politis. Iklan pemerintah seperti ini umumnya mengindikasikan banyak kepentingan politik untuk menonjolkan ketokohan sang gubernur dibandingkan penonjolan pesan yang ingin disampaikan. Terutama pada masa-masa akhir priode pertama kepemimpinan Gubernur Rusli Zainal.

Ada dua pola hubungan antara pegawai atau pembuat iklan dengan gubernur atau pemimpinnya. Pertama, hubungan yang bersifat untuk mencari perhatian atau mencari muka, berkerja dan berbuat sesuatu karena ingin

menyenangkan orang atasan. Kedua, pola karena kebiasaan dan mengikuti aturan sebagai pelayan pemimpin, umumnya memang orang atasan yang menginginkan hal tersebut. Bawahan melakukan karena sebuah tugas atau kewajiban yang harus dilaksanakan berdasarkan pemimpin. Oleh karena itu, pola hubungan antara gubernur atau atasan dengan pembuat iklan sangat mempengaruhi iklan yang dihasilkan.

Proses perencanaan media komunikasi iklan pemerintah Provinsi Riau tidak memiliki tahapan-tahapan menurut standar yang ada. Tidak pernah dilakukan analisis terhadap khalayak, tujuan, memilih pesan dan media yang baik serta mengevaluasi atau mengukur efektivitas iklannya. Iklan pemerintah umumnya didesainnya kurang begitu menarik, cukup banyak memakai kata-kata, huruf berukuran kecil, pilihan warna yang cenderung kurang menarik perhatian, lebih banyak menampilkan tokoh pemimpinnya dengan porsi yang lebih besar, dan umumnya penempatan media iklan tersebut kurang sesuai atau bahkan tidak tepat sama sekali. Oleh karena itu, iklan yang dihasilkan tidak banyak menarik perhatian masyarakat.

Media iklan untuk mengomunikasikan pesan-pesan kebijakan dan program pembangunan pemerintah atau kegiatan-kegiatan khusus lainnya, umumnya menggunakan dan memilih media komunikasi, seperti: media luar ruang (billboard atau baliho), televisi lokal, radio-radio lokal, koran, website dan juga saluran komunikasi lainnya. Dominasi utama periklanan pemerintah Provinsi Riau adalah melalui media papan pengumuman (*billboard*) atau baliho yang banyak ditemui di persimpangan jalan, pinggir-pinggir jalan utama maupun di tempat umum lainnya.

Keberadaan realitas iklan pemerintah tidak banyak menarik perhatian masyarakat apalagi untuk membangkitkan kesadaran masyarakat. Dengan kata lain, iklan pemerintah tidak dibuat secara maksimal, sehingga iklannya tidak efektif. Ketidak-efektifan iklan pemerintah ini disebabkan oleh banyak hambatan, kurang atau tidak adanya proses perencanaan komunikasi, pelaksanaan dan evaluasi atau audit komunikasi. Bila media tidak direncanakan dengan baik, tentu tujuan tidak akan tercapai, maka efek yang diharapkan dari sebuah rencana

komunikasi pasti tidak akan efektif. Inilah yang kemudian mempengaruhi tidak jelasnya sasaran, media tidak tepat atau lokasi tidak strategis, dan pesan atau warna kurang didesain dengan baik.

Tidak heran bila minimnya efek atau akibat yang ditimbulkan dari penggunaan media komunikasi iklan pemerintah tersebut di masyarakat juga merupakan indikasi utama kurang efektifnya penggunaan media komunikasi pemerintah. Bila media tidak efektif, tujuan yang diharapkan dari sebuah komunikasi pasti tidak akan efektif.

6.2 Saran

Keberhasilan pemerintah dalam mengomunikasikan visi dan program-program pembangunannya ke masyarakat sangat tergantung pada keberhasilan pemerintah dalam menangkap kebutuhan dan aspirasi masyarakatnya dan cara pemerintah mengkomunikasikannya. Tentunya dalam hal ini termasuk pengelolaan iklan-iklan pemerintah dengan lebih baik dan lebih profesional. Perhatian pemerintah terhadap bentuk dan pesan media komunikasi pemerintah dalam memasarkan ide atau gagasan kebijakan harus menjadi perhatian khalayak masyarakat juga. Segala bentuk proses komunikasi pemerintah harusnya dilakukan audit komunikasi dalam setiap akhir proses dilakukannya. Karena itu semua menyangkut kepentingan publik dan kepentingan masyarakat luas. Dana masyarakat yang dipakai tidak akan sia-sia saja untuk pembuatan iklan dan proses sosialisasinya tersebut jika tidak mendatangkan hasil nyata perubahan di masyarakat atau hanya sekedar dibuat saja.

Mestinya pemerintah melalui humas sebelum melakukan kegiatan komunikasi harus membuat perencanaan komunikasi yang baik terlebih dahulu dengan cara menganalisis masalah, khalayak dan tujuan komunikasinya, memilih pesan dan media yang tepat, dan melakukan evaluasi tidak hanya dengan membuat klipng. Tetapi lebih jauh dengan membuat evaluasi secara menyeluruh terhadap efek dari proses komunikasi, termasuk pengaruh komunikator, pesan, media dan perubahan sikap dan perilaku masyarakat akibat dari pengaruh iklan tersebut. Selain itu media yang dipilih tidak hanya itu-itu saja namun

menggunakan media-media alternatif seperti: pin, brosur, baju kaos, sticker, dan lain-lain. Dengan kata lain, harus ada dilakukan bauran media dan saluran komunikasi sehingga dapat mendesiminasikan pesan ke khalayak.

Oleh karena itu, optimasi media iklan atau komunikasi pemerintah sulit untuk diwujudkan bila manajemen komunikasi pemerintah sendiri tidak diperbaiki. Keberhasilan pemerintah dalam mengomunikasikan visi misi, kebijakan dan program-program pembangunannya ke masyarakat sangat tergantung pada keberhasilan pemerintah dalam menangkap kebutuhan dan aspirasi masyarakat dalam hal ini perencanaan komunikasinya. Masyarakat menginginkan informasi yang baik dan menarik, tidak hanya berguna saja. Bila pesan baik tetapi tidak dibuat secara maksimal, maka ia akan diacuhkan.