

**PERANAN HUMAS DALAM MEMPROMOSIKAN TOMOHON SEBAGAI KOTA BUNGA  
( Studi Deskriptif Pada Bagian Humas Pemkot Tomohon )**

**Oleh: Steven Ronald Polii**

**NIM. 090815049**

**Email: stevenpolii73@yahoo.com**

**ABSTRAC**

Tomohon long ago been written in recent history. One was found in the ethnographic work of Rev. N. Graafland that when, on January 14, 1864 on board the Queen Elisabeth, he wrote about a land called Tomohon he visited in around 1850. The development of civilization and the implementation of development and social dynamics from year to year makes Tomohon as one capital district in Minahasa regency.

One of the government's efforts in promoting Tomohon Tomohon as the city flower is to organize international iven titled "Tomohon International Flower Festival (TIFF) 2012. The potential for tourism is also one of the mainstays of the city in an effort to promote Tomohon Tomohon as one of the productive to the outside world. Tomohon dubbed as the city of flowers, is seen as one of the rare cities in Indonesia.

Because, Tomohon have cultural interest and have the potential to develop floriculture.

1) With the potential of human resources held by the Public Relations Tomohon government will greatly facilitate in enhancing the promotion of the city Tomohon bunga.2) The role of local government relations Tomohon Tomohon promoted as the city flower is lacking or in other words not maksimal.3) Role PR Tomohon city government is more focused on making international ivent, making the exhibition, using mass media advertising, website / internet and billboards and pamphlets to promote Tomohon as City International flower.

In an effort to promote Tomohon as Flower City public relations need to increase the intensity of the use of mass media such as television and magazines as well as regular information on the website menupdate Tomohon city government as a supporting medium Tomohon as the City of Flowers tersebut.Diperlukan special section in order to tackle the problems Tomohon promotion as a city of international interest for efforts to optimize the campaign.

## **ABSTRAK**

Tomohon sejak dahulu telah dituliskan dalam beberapa catatan sejarah. Salah satunya terdapat dalam karya etnografis Pendeta N. Graafland yang ketika pada tanggal 14 Januari 1864 di atas kapal Queen Elisabeth, ia menuliskan tentang suatu negeri yang bernama Tomohon yang dikunjunginya pada sekitar tahun 1850. Perkembangan peradaban dan dinamika penyelenggaraan pembangunan dan kemasyarakatan dari tahun ke tahun menjadikan Tomohon sebagai salah satu ibukota kecamatan di Kabupaten Minahasa.

Salah satu upaya pemerintah kota tomohon dalam mempromosikan kota tomohon sebagai kota bunga adalah dengan menyelenggarakan iven internasional yang bertajuk "Tomohon International Flower Festival (TIFF) 2012.

Potensi pariwisata juga merupakan salah satu andalan dari kota tomohon dalam upaya mempromosikan Tomohon sebagai salah satu kota produktif kepada dunia luar. Kota Tomohon yang dijuluki sebagai kota bunga, dipandang sebagai salah satu kota langka di Indonesia.

Karena, Tomohon memiliki budaya bunga dan mempunyai potensi dalam mengembangkan florikultura.

1) Dengan potensi sumberdaya manusia yang dimiliki oleh Bagian Humas pemerintah kota Tomohon akan sangat memudahkan dalam meningkatkan promosi Tomohon sebagai kota bunga. 2) Peran humas pemkot Kota Tomohon mempromosikan Tomohon sebagai kota Bunga masih sangat kurang atau dengan kata lain belum maksimal. 3) Peran Humas pemkot Tomohon lebih terfokus pada membuat iven internasional, membuat pameran, menggunakan iklan media massa, website/internet dan baliho maupun pamflet dalam mempromosikan Tomohon sebagai Kota bunga Internasional.

Dalam upaya mempromosikan Tomohon sebagai Kota Bunga bagian humas perlu meningkatkan intensitas penggunaan media massa seperti televisi maupun majalah serta rutin menupdate informasi tersebut pada website pemkot Tomohon sebagai media supporting Tomohon sebagai Kota Bunga tersebut. Diperlukan bagian khusus untuk menangani permasalahan promosi Tomohon sebagai kota bunga internasional untuk mengoptimalisasikan upaya promosi tersebut.

### **1.1. Latar Belakang**

Potensi pariwisata juga merupakan salah satu andalan dari kota Tomohon dalam upaya mempromosikan Tomohon sebagai salah satu kota produktif kepada dunia luar. Kota Tomohon yang dijuluki sebagai kota bunga, dipandang sebagai salah satu kota langka di Indonesia.

Karena, Tomohon memiliki budaya bunga dan mempunyai potensi dalam mengembangkan florikultura.

Salah satu upaya pemerintah kota Tomohon dalam mempromosikan kota Tomohon sebagai kota bunga adalah dengan menyelenggarakan even internasional yang bertajuk "Tomohon International Flower Festival (TIFF) 2012.

"Ada beberapa daerah atau kota penghasil bunga, tetapi hanya Tomohon yang punya festival bunga," ungkap Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sapta Nirwandar pada peluncuran Tomohon International Flower Festival (TIFF) 2012, di Gedung Sapta Pesona, Jakarta, (18/2/2012) malam.

Menurutnya, bunga di Tomohon sebagai pariwisata maupun ekonomi kreatif. Sisi pariwisata dapat dilihat dari Tournament of Flower, sebuah parade bunga kendaraan hias, yang mulai diikuti oleh negara-negara tetangga.

"Festival ini menjadi ajang promosi bunga Tomohon dan bisa menjadi ikon Tomohon," tutur Sapta. Menurutnya, Tomohon dapat mencontoh Belanda. Negara kecil tersebut menjadi salah satu pengeksport bunga terbesar di dunia. Salah satu andalannya adalah bunga tulip.

"Belanda mampu mengadakan festival bunga Floriade yang 10 tahun sekali," kata Sapta. Ajang pameran Floriade tersebut diikuti oleh berbagai negara di dunia dan mampu menarik kunjungan wisatawan mancanegara. Bahkan, banyak biro perjalanan wisata menjual paket ke Belanda untuk melihat Floriade.

Sementara itu dari sisi ekonomi kreatif, bunga dapat memberikan kontribusi ekonomi. Apalagi bunga tak hanya dipandang sebagai bagian dari gaya hidup, tetapi juga bagian dari hidup yang berkualitas.

"Bahkan di negara-negara luar hotel tak ada bunganya dianggap tidak moderen," ungkapnya.

Oleh karena itu, ia berharap TIFF dapat ikut mempromosikan bunga Tomohon dan memberikan kontribusi pada perekonomian. Menurutnya bunga sebagai produk kreatif akan memiliki nilai jual yang lebih tinggi.

TIFF sendiri merupakan ajang dua tahunan. Di tahun 2010, acara ini diikuti 82 peserta dari negara Malaysia, Vietnam, India, dan Rusia.

Melihat sedikit ulasan diatas mengenai promosi kota bunga Tomohon, tentunya dapat dibayangkan keuntungan yang dapat diterima oleh kota tomohon tersebut dari ajang tersebut. Namun disisi lain perlu di lihat promosi tersebut merupakan kinerja dari pemerintah kota Tomohon lebih khusus kaitannya dengan bagian humas pemkot Tomohon. Dan oleh karena itu semuanya telah tersosialisasikan dengan baik.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah tentang bagaimana Peranan Humas Dalam Mempromosikan Tomohon Sebagai Kota Bunga.

## **2.1 Pengertian Komunikasi**

Istilah Komunikasi menurut pendapat yang dikemukakan Arifin Anwar, (1992 : 19-20) tentang pengertian secara etimologis dari komunikasi adalah:

*"Istilah komunikasi itu sendiri terkandung makna bersama-sama (common, commonnese dalam bahasa Inggris), istilah komunikasi dalam bahasa Indonesia dan dalam bahasa Inggris itu berasal dari bahasal Latin, yakni: communicatio, yang berarti: pemberitahuan, pemberi bagian (dalam sesuatu) pertukaran, di mana si pembicara mengharapkan pertimbangan atau jawaban dari pendengarnya, ikut bagian. Kalau kata kerjanya; communicare, artinya: berdialog atau bermusyawarah."*

Kemudian batasan atau definisi-definisi tentang komunikasi seperti yang dikemukakan Albigh sebagaimana yang dikutip Teguh Meinanda, (1981 : 8) adalah:

*"Komunikasi adalah proses penyampaian pendapat, pemikiran dan perasaan seseorang atau sekelompok orang kepada orang lain."*

Jadi pengertian komunikasi dari aspek etimologis seperti yang dikemukakan ahli tersebut adalah: pemberitahuan, pemberi bagian, pertukaran, berdialog atau bermusyawarah.

Secara etimologis pengertian komunikasi adalah:

*"Komunikasi berasal dari bahasa Latin; communicatio yang artinya; pergaulan, peran serta, kerjasama, yang bersumber dari istilah; communis yang artinya; sama makna"(Onnong, U. Effendy, 1986 : 60)*

Jadi pengertian komunikasi dari aspek etimologis seperti yang dikemukakan ahli tersebut adalah; pergaulan, peranserta, kerjasama, yang juga mempunyai pengertian; sama-makna terhadap simbol yang digunakan.

Dari keseluruhan definisi tentang komunikasi yang dikemukakan dapatlah disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian gagasan, pikiran dari seseorang kepada orang lain dengan menggunakan simbol yang dapat dipahami dengan tujuan untuk mempengaruhi atau merubah sikapnya. Jadi dapat dikatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses pengoperan gagasan, pendapat atau pemikiran dari seseorang kepada orang lain dengan menggunakan simbol yang dapat dipahami bersama

## **2.2 Pengertian Humas / Public Relation**

Untuk lebih jelasnya berikut ini kita akan melihat beberapa pengertian/definisi tentang humas atau public relation tersebut. Pengertian Humas secara resmi dari IPRA (Internasional Public Relations Association) adalah :

*"fungsi manajemen yang khas mendukung pembinaan dan pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya mengenai komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama"(Arifin,1998).*

Jadi arti dari *public relations* adalah hubungan-hubungan dengan public/masyarakat. (Kustadi Suhandang 2004 : 29). Selanjutnya pengertian dari public relations menurut Howard Bonham seprang Vice Chairman pada American National Red Cross yang berbunyi :

*"Public Relations is the art of bringing about better public understanding which breeds greater public-confidence for any individual organization"*

Artinya :

*Public relations adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian public yang lebih baik sehingga dapat memperbesar kepercayaan public terhadap seseorang atau organisasi"*(Kustadi Suhandang 2004 : 44)

Kemudian Definisi menurut (British) Institute of Public Relations (IPR) :

*"Public Relations adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (good-will) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya"*(Jefkins-Daniel Yadin 2002 : 9)

Pengertian humas oleh Scoott M. Cultip dan Andalden H. Centre dalam Bukunya yang berjudul Effective Public Relations menjelaskan bahwa :

*"Public Relations adalah fungsi manajemen yang menilai sikap public mengidentifikasi kebijaksanaan dengan tata cara organisasi demi kepentingan publiknya serta merencanakan suatu program kegiatan dan komunikasi untuk memperoleh pengertian dan dukungan publiknya"*(Ruslan, 1999).

### **2.3 Fungsi Humas / Public Relations**

Pendapat dari Edward L. Bernay , dalam bukunya Public Relations, University of Oklahoma Press, menjelaskan bahwa humas memiliki tiga fungsi utama yaitu :

- *Memberikan penerangan kepada masyarakat.*
- *Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.*
- *Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan.lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.*

Dapat disimpulkan bahwa pengertian Humas atau Public Relations adalah melaksanakan fungsi manajemen yang direncanakan guna membangun dan

mempertahankan citra perusahaan serta membangun hubungan yang baik antara organisasi dan public.

Definisi dan fungsi Humas humas/Public Relations tersebut menurut Cultip & Centre, and Canfield dapat dirumuskan sebagai berikut :

- 1. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga/organisasi).*
- 2. Membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan pihak publiknya sebagai khalayak sasaran.*
- 3. Mengidentifikasi yang menyangkut opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.*
- 4. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbangan saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan dan manfaat bersama.*
- 5. Menciptakan komunikasi dua arah timbale balik, dan mengatur arus informasi publiknya serta pesan dari badan/organisasi ke publiknya ata terjadi sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak. (Ruslan, 2001:18-21).*

#### **2.4 Komunikasi Vertikal**

Komunikasi vertikal adalah arus Komunikasi dua arah timbal balik yang dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen memegang peranan yang sangat vital, yaitu Komunikasi dari atas ke bawah (downward communication) dan dari bawahan kepada atasan (upward communication).

Dalam arus Komunikasi secara vertikal. downward communication atasan memberikan instruksi, petunjuk, informasi, penjelasan dan penugasan dan lain sebagainya kepada ketua unit kelompok dan bawahan. Kemudian arus Komunikasi diterima dalam bentuk -upward communication bawahan memberikan laporan pelaksanaan tugas, sumbang saran, dan hingga pengaduan kepada pimpinannya masing-masing.

Komunikasi kebawah adalah menunjukkan arus pesan yang mengalir dari para atasan atau para pimpinan kepada bawahannya. Kebanyakan komunikasi ke bawah digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang berkenaan dengan tugas-tugas dan pemeliharaan. Pesan tersebut biasayan berhubungan dengan pengarahan, tujuan, disiplin, perintah, pertanyaan dan kebijaksanaan umum. Menurut Lewis (1987) komunikasi ke bawah

adalah untuk menyampaikan tujuan, untuk merubah sikap, membentuk pendapat, mengurangi ketakutan dan kecurigaan yang timbul karena salah informasi, mencegah kesalahpahaman karena kurang informasi dan mempersiapkan anggota organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan. (Amri Muhammad, 2009:108).

Dalam penelitian ini sangat diperlukan kelancara komunikasi secara vertikal baik dari pimpinan ke bawahannya secara downward maupun bawahan ke pimpinan atau secara upward. Karena sangat diperlukan kelancaran informasi dalam mensosialisasikan kota Tomohon sebagai Kota Bunga tersebut. Atasan perlu memberikan arahan, controlling yang baik kepada bawahan mengenai program, kemudian bawahan juga perlu memberikan laporan serta masukan maupun ide kepada atasan tentang program tersebut, sehingga program sosialisasi tersebut akan mencapai tujuan secara sempurna dan sesuai target yang telah ditetapkan.

## **2.5 Komunikasi Horisontal**

Komunikasi horisontal adalah pertukaran pesan diantara orang-orang yang sama tingkatan otoritasnya di dalam organisasi. Pesan yang mengalir menurut fungsi organisasi diarahkan secara horisontal. Pesan ini biasanya berhubungan dengan tugas-tugas atau tujuan kemanusiaan, seperti koordinasi, pemecahan masalah, penyelesaian konflik dan saling memberikan informasi. (Amri Muhammad, 2009:121)

Dalam penelitian ini tentang peranan humas terhadap sosialisasi tomohon sebagai kota bunga, sangat diperlukan kelancaran komunikasi secara horisontal dalam organisasi yaitu bagian humas pemerintah kota Tomohon tersebut. Hal ini di karenakan dalam proses sosialisasi tersebut kaitannya dengan konsep, ide dan cara bagaimana mensosialisasikan serta pelaksanaannya, diperlukan koordinasi dan kerja sama antara sesama pegawai, yang status jabatan dan fungsinya sama dalam organisasi tersebut. Kelancaran komunikasi antar pegawai secara horisontal tersebut akan mempengaruhi suksesnya sosialisasi kota tomohon menjadi kota bunga di Dunia.

## **2.6 Pengertian dan Tujuan Promosi**

Promosi adalah Suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran



atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan, Tjiptono (2001 : 219).

Sementara Sistaningrum (2002 : 98) mengungkapkan arti promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi "konsumen aktual" maupun "konsumen potensial" agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, saat ini atau dimasa yang akan datang.

Konsumen aktual adalah konsumen yang langsung membeli produk yang ditawarkan pada saat atau sesaat setelah promosi produk tersebut dilancarkan perusahaan. Dan konsumen potensial adalah konsumen yang berminat melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan perusahaan dimasa yang akan datang.

### Tujuan Promosi

Adapun tujuan dari pada perusahaan melakukan promosi menurut Tjiptono (2001 : 221) adalah menginformasikan (informing), mempengaruhi dan membujuk (persuading) serta mengingatkan (reminding) pelanggannya tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

## **2.7 Pengertian Peranan**

Dalam peranan yang berhubungan dengan pekerjaannya, seseorang diharapkan menjalankan kewajiban-kewajiban yang berhubungan dengan peranan yang dipegangnya. Gross, Masson, dan McEachren mendefinisikan peranan sebagai seperangkat harapan-harapan yang dikenakan pada individu yang menempati kedudukan sosial tertentu. Harapan-harapan tersebut merupakan imbalan dari norma-norma sosial dan oleh karena itu ditentukan oleh norma-norma di dalam masyarakat.

Selanjutnya Berry mengungkapkan bahwa di dalam peranan terdapat 2 (dua) macam harapan, yaitu 1) harapan-harapan dari masyarakat terhadap pemegang peran atau kewajiban dari pemegang peran, dan 2) harapan-harapan yang dimiliki oleh si pemegang peran terhadap masyarakat atau terhadap orang-orang yang berhubungan dengannya dalam menjalankan peranannya atau kewajiban-kewajibannya.

## **2.8 Kerangka Teori**

### **Teori Stimulus-Respons**

Pendekatan teori stimulus-response ini beranggapan bahwa tingkah laku sosial dapat dimengerti melalui suatu analisa dari stimuli yang diberikan dan dapat mempengaruhi reaksi yang spesifik dan didukung oleh hukuman maupun penghargaan sesuai dengan reaksi yang terjadi.

Hosland, Janis dan Kelley (1953) beranggapan bahwa proses dari perubahan sikap adalah serupa dengan proses belajar. Dalam mempelajari sikap yang baru, ada tiga variabel penting yang menunjang proses belajar tersebut, ialah:

- a. *perhatian;*
- b. *pengertian;*
- c. *penerimaan.*

Dibandingkan dengan teori-teori lain, maka teori stimulus-response menitikberatkan pada penyebab sikap yang dapat mengubahnya dan tergantung pada "kualitas rangsang yang berkomunikasi dengan organisme". Karakteristik dari komunikator (sumber), menentukan keberhasilan tentang perubahan sikap seperti kredibilitasnya, kepemimpinannya dan gaya berkomunikasi.

### **3.1 Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif yaitu mencari atau meneliti hubungan antara variable-variabel. Metode deskriptif adalah bertujuan untuk memaparkan situasi dan peristiwa. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat dekripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat serta fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. (jalaluddin Rakhmat 2004 : 24-25). Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara dalam masyarakat dan situasi tertentu termasuk hubungan, kegiatan, sikap, pandangan serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena.

Penelitian deskriptif ini tidak mencari hubungan dan juga tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Penelitian deskriptif ini di tujukan untuk :

- *Mengumpulkan informasi actual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada.*
- *Mendidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku.*
- *Membantu perbandingan atau evaluasi*

- *Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang. (Jalaludin Rakhmat, 1990 : 25)*

penelitian ini hanya akan melihat bagaimana proses komunikasi yang dilakukan oleh pegawai humas pemerintah Kota Tomohon DALAM MEMPROMOSIKAN Tomohon Sebagai Kota Bunga.

### **3.2 Variabel Penelitian**

Variabel dalam penelitian ini adalah variable tunggal yaitu peranan humas bagian humas pemerintah dengan mengacu pada bagaimana mempromosikan Tomohon sebagai kota bunga.

- Membuat iven bertaraf internasional
- Membuat Pameran
- Mempromosikan melalui website/internet
- Mempromosikan melalui iklan
  - Televisi
  - Radio
  - Surat Kabar
  - Baliho
  - Pamflet
- Mensosialisasikan Kota Tomohon sebagai kota bunga

### **4.1 Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai yang ada di bagian Humas kota Tomohon, yang berjumlah 13 orang. Dikarenakan jumlah populasi hanya sedikit dibawah 100, oleh sebab itu responden penelitian ini bisa digunakan secara keseluruhan jumlah populasi tersebut. Jumlah responden dalam penelitain ini adalah 13 orang.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini digunakan dengan dua cara yaitu mengumpulkan data primer dan data sekunder. Dengan melakukan pertanyaan melalui kuisioner dan juga pengambilan data langsung di kantor pemkot Tomohon

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif. yaitu data yang sudah ada di oleh dan diklasifikasikan dengan menggunakan tabel frekuensi dan prosentase kemudian dideskripsikan pada hasil penelitian.

#### **4.2 Deskripsi Lokasi Penelitian**

Tomohon sejak dahulu telah dituliskan dalam beberapa catatan sejarah. Salah satunya terdapat dalam karya etnografis Pendeta N. Graafland yang ketika pada tanggal 14 Januari 1864 di atas kapal Queen Elisabeth, ia menuliskan tentang suatu negeri yang bernama Tomohon yang dikunjunginya pada sekitar tahun 1850. Perkembangan peradaban dan dinamika penyelenggaraan pembangunan dan kemasyarakatan dari tahun ke tahun menjadikan Tomohon sebagai salah satu ibukota kecamatan di Kabupaten Minahasa.

Dekade awal tahun 2000-an masyarakat di beberapa bagian wilayah kabupaten Minahasa melahirkan inspirasi dan aspirasi kecenderungan lingkungan strategis baik internal maupun eksternal untuk melakukan pemekaran daerah. Berhembusnya angin reformasi dan diimplementasikannya kebijakan otonomi daerah, semakin mempercepat proses akomodasi aspirasi masyarakat untuk pemekaran daerah dimaksud. Melalui proses yang panjang secara yuridis dan pertimbangan yang matang dalam rangka akselerasi pembangunan bangsa bagi kesejahteraan masyarakat secara luas, maka Pemerintah Kabupaten Minahasa beserta Dewan Perwakilan Daerah Kabupaten Minahasa merekomendasikan aspirasi masyarakat untuk pembentukan Kabupaten Minahasa Selatan, Kota Tomohon, dan Kabupaten Minahasa Utara; yang didukung oleh Pemerintah Propinsi Sulawesi Utara. Pembentukan Kabupaten Minahasa Selatan dan Kota Tomohon ditetapkan Pemerintah Pusat dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2003, dan pembentukan Kabupaten Minahasa Utara melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2003.

Terbentuknya lembaga legislatif Kota Tomohon hasil Pemilihan Umum Tahun 2004, menghasilkan Peraturan Daerah Kota Tomohon Nomor 22 Tahun 2005 tentang Lambang Daerah dan Peraturan Daerah Kota Tomohon Nomor 29 Tahun 2005 tentang Hari Jadi Kota

Tomohon. Kota Tomohon diresmikan oleh Menteri Dalam Negeri Harry Sabarno atas nama Presiden Republik Indonesia pada tanggal 4 Agustus 2003.

Pelantikan Walikota dan Wakil Walikota hasil Pemilihan Kepala Daerah langsung, Jefferson S. M. Rumajar, SE dan Linneke S. Watoelangkow pada tanggal 4 Agustus 2005 oleh Pejabat Gubernur Sulut Ir. Lucky Korah, M.Si berdasarkan SK Menteri Dalam Negeri No. 131.51-494 Tahun 2005, tanggal 13 Juli 2005 (Walikota) dan No. 131.51-495 tanggal 13 Juli 2005 (Wakil Walikota).

Visi : Terwujudnya masyarakat kota tomohon yang religius, mandiri, sejahtera, berwawasan lingkungan dengan konsep pembangunan berkelanjutan dan mendunia

Misi : 1. Mengembangkan dasar-dasar moral positif, kreatif dan realitis bagi pembangunan berdasarkan nilai-nilai agama dan kepercayaan yang dianut. 2. Meningkatkan program kemandirian baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam. 3. Melanjutkan pembangunan berdasarkan tata ruang mencakup semua aspek yang berkaitan dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat. 4. Melestarikan lingkungan hidup melalui konsep pembangunan berwawasan lingkungan. 5. Meningkatkan good governance dan clean government dengan transparansi dan akuntabilitas total melindungi kepentingan rakyat. 6. Membangun kerjasama yang harmonis dan saling menguntungkan dalam segala bidang baik di tingkat regional, nasional maupun internasional.

Kota Tomohon berada pada 1°15' Lintang Utara dan 124°50' Bujur Timur. Luas Kota Tomohon berdasarkan keputusan UU RI Nomor 10 Tahun 2003 sekitar 11.420 Ha dengan jumlah penduduk mencapai 87.719 jiwa.

Kota Tomohon terletak di ketinggian kira-kira 700-800 meter dari permukaan laut (dpl), diapit oleh 2 gunung berapi aktif, yaitu Gunung Lokon (1.689 m) dan Gunung Mahawu (1.311 m). Suhu di Kota Tomohon pada waktu siang mampu mencapai 30 derajat Celsius dan 23-24 derajat Celsius pada malam hari.

#### **4.3 Identitas Responden**

Pegawai yang bekerja pada bagian humas pemerintah kota Tomohon adalah berjumlah 13 orang. Pada bagian identitas responden ini dijabarkan tentang keadaan responden/pegawai berdasarkan golongan kepangkatan dan tingkat pendidikan.

Diambilnya identitas responden melalui golongan kepangkatan maupun tingkat pendidikan dipahami oleh peneliti sebagai bahan ataupun sumber bagi peneliti dalam membantu untuk proses pendeskripsian hasil penelitian pada bagian selanjutnya dari tulisan ini.

#### **4.4 Peranan Humas Dalam Mempromosikan Tomohon Sebagai Kota Bunga**

Sejalan dengan fungsi humas seperti yang dikemukakan oleh Edward L. Bernay bahwa humas memiliki tiga fungsi utama yaitu : memberikan penerangan kepada masyarakat, melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung dan berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

Sebagai keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (good-will) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya, humas seharusnya memegang peranan yang sangat penting dalam memajukan kota Tomohon.

Upaya promosi tersebut tentunya sangat berhubungan dengan komunikasi atau bagaimana proses komunikasi yang dilakukan untuk mempromosikan Tomohon sebagai kota Bunga Dunia. Promosi tidak terlepas dari komunikasi, atau lebih jelasnya bagaimana mengkomunikasikan Kota Tomohon sebagai Kota bunga ke seluruh dunia. Pada pembahasan ini akan dijelaskan secara keseluruhan bagaimana proses komunikasi yang dilakukan oleh bagian humas pemerintah kota Tomohon dalam kaitannya mempromosikan kota Tomohon tersebut.

Event internasional sering dilaksanakan dalam mempromosikan Tomohon sebagai Kota bunga. Agenda event internasional tersebut dilakukan dalam waktu setiap tahun dengan bertajuk festival bunga kota Tomohon. Kesempatan event ini diikuti oleh berbagai negara, dan propinsi yang ada di Indonesia.

Pameran digunakan dalam mempromosikan Tomohon sebagai Kota Bunga. Pameran selain diselenggarakan oleh pemerintah Kota Tomohon, mereka juga mengikuti event pameran yang diselenggarakan oleh pemerintah provinsi maupun pemerintah pusat, bahkan juga mengikuti event pameran internasional apabila mendapat undangan.

Website sering digunakan dalam mempromosikan Tomohon sebagai kota bunga. Pemerintah Kota Tomohon memiliki halaman website khusus untuk pemerintah kota

Tomohon, yang berisikan informasi tentang pemerintah Tomohon beserta kegiatan-kegiatannya.

Iklan televisi digunakan namun hanya dalam situasi tertentu, tidak selalu digunakan, hanya apabila diperlukan saja. Sementara untuk stasiun televisi yang menyiarkan iklan tersebut hanya pada televisi lokal saja. Iklan radio tersebut digunakan dalam mempromosikan Tomohon sebagai kota bunga.

Iklan surat kabar juga digunakan dalam mempromosikan Tomohon sebagai kota bunga. Surat kabar selalu digunakan sebagai media menyampaikan informasi ke masyarakat luas. Selain iklan event ada juga promosi dalam bentuk berita harian pada beberapa surat kabar nasional maupun lokal.

Iklan pada Baliho digunakan dalam mempromosikan Tomohon sebagai kota bunga. Baliho selalu digunakan dalam mempromosikan Tomohon sebagai kota bunga, hal ini terlihat jelas di jalan-jalan kota Tomohon dan beberapa tempat strategis di kota Manado di pasang baliho yang berisikan pesan tentang Tomohon sebagai kota bunga tersebut.

Pamflet juga dibuat dan disebar/ digunakan dalam mempromosikan Tomohon sebagai kota bunga adalah ya digunakan. Pamflet biasanya dibuat untuk mendukung rangkaian event festival bunga Kota Tomohon yang dilakukan setiap tahun.

## **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil penelitian, maka dapatlah ditarik kesimpulan bahwa :

- 1) Dengan potensi sumberdaya manusia yang dimiliki oleh Bagian Humas pemerintah kota Tomohon akan sangat memudahkan dalam meningkatkan promosi Tomohon sebagai kota bunga.
- 2) Peran humas Pemkot Kota Tomohon mempromosikan Tomohon sebagai kota Bunga masih sangat kurang atau dengan kata lain belum maksimal.
- 3) Peran Humas Pemkot Tomohon lebih terfokus pada membuat event internasional, membuat pameran, menggunakan iklan media massa, website/internet dan baliho maupun pamflet dalam mempromosikan Tomohon sebagai Kota bunga Internasional.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang dikemukakan diatas dengan mengacu pada hasil penelitian dan temuan di lapangan, maka disarankan :

1. Dalam upaya mempromosikan Tomohon sebagai Kota Bunga bagian humas perlu meningkatkan intensitas penggunaan media massa seperti televisi maupun majalah serta rutin menupdate informasi tersebut pada website pemkot Tomohon sebagai media supporting Tomohon sebagai Kota Bunga tersebut.
2. Diperlukan bagian khusus untuk menangani permasalahan promosi Tomohon sebagai kota bunga internasional untuk mengoptimalisasikan upaya promosi tersebut. Bukan hanya dibebankan tugas pada bagian humas pemkot Tomohon, yang tugas dan fungsinya sangat banyak dalam menginformasikan kebijakan maupun program-program pemerintah Kota Tomohon tersebut



## 6. Daftar Pustaka

- Arifin Anwar, 1992, *Strategi Komunikasi*, Armico, Bandung
- Arikunto Suharsimi, 1991. *Prosedur Penelitian*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Astrid Susanto, 1977, *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*, Jilid I, Bina Cipta, Bandung.
- ....., 1977, *Filsafat Komunikasi*, Bina Cipta, Bandung.
- Jalaludin Rakhmat, 2000. *Metode Penelitian Komunikasi (dilengkapi dengan contoh analisis statistic)*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Jefkins Frank, 2003. *Public Relation 2003*. Erlangga. Jakarta.
- Kustadi Suhandang, 2004, *Public Relations Perusahaan (Kajian Program Implementasi)*, Nuansa. Bandung.
- Liliweri Alo, 1991, *Komunikasi Antar Pribadi*, Citra Aditya Bhakti, Bandung
- Onong U. Effendy, 1983, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, Alumni, Bandung
- ....., 1986, *Dinamika Komunikasi*, Remajakarya, Bandung.
- ....., 2003, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Ruslan Rosady, 1999. *Manajemen Humas Dan Manajemen Komunikasi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Sugiono, 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabet  
Bandung
- ....., 2008. *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta. Bandung.
- Teguh Meinanda, 1981, *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Jurnalistik*, Armico, Bandung.
- Widjaja. W. A., 1986, *Komunikasi: dan Hubungan Masyarakat*, Bina Aksara,  
Jakarta.

Data Pemkot Tomohon 2010