

**MANAJEMEN HUMAS PADA KANTOR WILAYAH
KEMENTERIAN AGAMA PROVINSI KALIMANTAN
TENGAH**



**OLEH:
AGUSTINA**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
2021 M/ 1443 H**

**MANAJEMEN HUMAS PADA KANTOR WILAYAH KEMENTERIAN
AGAMA PROVINSI KALIMANTAN TENGAH**

Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan Islam



Oleh :

AGUSTINA
NIM. 1701160050

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
JURUSAN TARBIYAH
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
TAHUN 2021 M/1443 H**

PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agustina
NIM : 1701160050
Jurusan/Prodi. : Tarbiyah/Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Menyatakan skripsi ini dengan judul “Implementasi Kehumasan Pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah”, adalah benar karya saya sendiri. Jika kemudian hari karya ini terbukti duplikat atau plagiat, maka skripsi dan gelar yang saya peroleh dibatalkan.

Palangka Raya, September 2021

Yang Membuat Pernyataan,



Agustina

NIM.1701160050

PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Implementasi Kehumasan Pada Kantor Wilayah
Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah

Nama : Agustina

NIM : 1701160050

Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

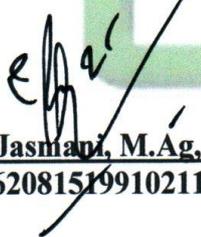
Jurusan : Tarbiyah

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, dapat disetujui untuk
disidangkan oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN
Palangka Raya.

Palangka Raya, September 2021

Pembimbing I,



Dr. Jasmari, M.Ag.
NIP. 1962081519910211001

Pembimbing II,



Rio Irawan, M.Kom.
NIP. 198610282019031003

Mengetahui:
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Dr. Nurul Wahdah, M.Pd
NIP. 19800307 200604 2 004

Ketua Jurusan Tarbiyah,



Sri Hidayati, MA
NIP. 19720929 199803 2 002

NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**
An. **Agustina**

Palangka Raya, September 2021

Kepada
Yth. Ketua Jurusan Tarbiyah
FTIK IAIN Palangka Raya
di –
PALANGKA RAYA

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi Saudari:

Nama : AGUSTINA

NIM : 1701160050

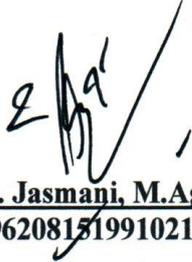
Judul Skripsi : **IMPLEMENTASI KEHUMASAN PADA KANTOR
WILAYAH KEMENTERIAN AGAMA PROVINSI
KALIMANTAN TENGAH**

Sudah dapat dimunaqasahkan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya. Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. Jasmani, M.Ag.
NIP. 1962081519910211001


Rio Irawan, M.Kom.
NIP. 198610282019031003

PENGESAHAN SKRIPSI

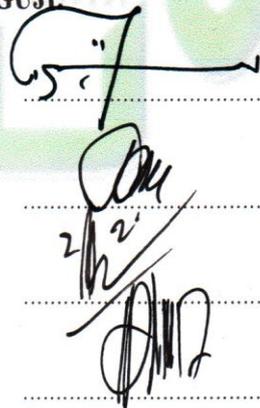
Judul : Manajemen Humas pada Kantor Wilayah Kementerian
Agama Provinsi Kalimantan Tengah
Nama : Agustina
N I M : 1701160051
Fakultas : Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan
Jurusan : Tarbiyah
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Telah diujikan dalam Sidang/Munaqasah Tim Penguji Skripsi Fakultas Tarbiyah
dan Ilmu Keguruan IAIN Palangka Raya

Hari : Kamis
Tanggal : 7 Oktober 2021 M/ 24 Sya'ban 1442 H

TIM PENGUJI:

1. Asmawati, M.Pd
(Ketua Sidang/Penguji)
2. Dr. Dakir, MA
(Penguji Utama)
3. Dr. Jasmani, M.Ag
(Penguji)
4. Rio Irawan, M.Kom
(Sekretaris/Penguji)



Mengetahui:

Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu



Jannah, M.Pd
NIP. 196710031993032001

ABSTRAK

Agustina, 2021, Manajemen Humas Pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perencanaan dan pelaksanaan humas pada kantor wilayah kementerian agaman provinsi Kalimantan tengah. Adapun latar belakang penelitian ini yaitu informasi dua arah (timbang balik) dengan menyebarkan informasi dari lembaga kepada pihak masyarakat yang bersifat mendidik. Salah satu lembaga masyarakat yang harus memberikan informasi yang cepat dan akurat kepada masyarakat ialah Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah. Dalam mengelola infomasi yang masuk dan informasi yang keluar Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah menerapkan sistem online dan offline, maka dari itu perlu diketahui manajemen humas yang dilakukan oleh Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah. Untuk itu perlu dilakukan penelitian dengan rumusan masalah, yaitu: 1. Bagaimana perencanaan hubungan masyarakat, 2. Bagaimana pelaksanaan hubungan masyarakat.

Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitain deskriptif. Subjek penelitian terdiri dari 4 (empat) orang dan informan 6 (enam) orang. Data yang dikumpulkan melalui 3 (tiga) teknik yaitu: wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan teknik triangulasi sumber dengan pemeriksa keabsahan data menggunakan teknik: kreadibilitas.

Hasil penelitian: 1) Perencanaan humas yang dilakukan sudah berjalan dengan baik. Perencanaan yang sudah dilaksanakan yaitu membuat dan menentukan program humas yang akan dilaksanakan, jadwal pelaksanaan, anggaran, biaya pelaksanaan. 2) Pelaksanaan program hubungan masyarakat telaksana dengan baik dengan melibatkan Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah dan seluruh bagian yang terdapat pada Kasubbag Umum dan Humas sebagai pelaksana program humas.

Kata Kunci: Manajemen, Humas.

ABSTRACT

Agustina, 2021, Public Relation Management on Ministry of Religious Affairs In Kalimantan Tengah Province.

The research objectives were to describe the planning and implementation of public relation on Ministry of Religious Affairs in Kalimantan Tengah. While the research background was the two way information (feedback) with spread the information from institution to society in educational way. One of institution that should give quick and accurate information to society was Ministry of Religion Affairs in Kalimantan Tengah. When manage incoming and outcome information they implemented online and offline system, so that needed to know that public relation management that done by them. The research problems were: 1.How was the planning of public relation, 2.How was the implementation of public relation.

This research was descriptive qualitative. The research subject consisted of four people and six informants. Data collection techniques were interview, observation, and documentation. Data analysis used source triangulation technique and validity checking used credibility technique.

The result showed that: 1) Planning of public relation has been done well. Planning that has implemented were make and decide public relation program, schedule, budget and cost that will implement. 2) Implementation of public relation has been done well by involved the Head of Ministry of Religious Affairs in Kalimantan Tengah and all division on Head of General Subsection, and Public Relation as program executive.

Key Words: Management, Public Relation.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur kehadirat Allah swt. atas segala limpahan Rahmat, Inayah, Taufik dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul ” **Manajemen Humas Pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah**”. Sholawat serta salam senantiasa turunkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW..

Penelitian ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dari pihak-pihak yang benar-benar konsen dengan dunia penelitian. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor IAIN Palangka Raya, Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M.Ag yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mendapatkan pengalaman keilmuan selama menempuh kuliah di Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
2. Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Palangka Raya, Ibu Dr. Hj. Raudhatul Jennah, M.Pd yang telah memberikan dorongan sehingga perkuliahan pada program ini dapat diselesaikan.
3. Wakil Dekan Bidang Akademik IAIN Palangka Raya, Ibu Nurul Wahdah, M.Pd yang sudah membantu dalam persetujuan skripsi.
4. Ketua Jurusan Tarbiyah Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Palangka Raya, Ibu Sri Hidayati, M.A yang telah memberikan motivasi untuk selalu semangat dalam menyelesaikan skripsi.
5. Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam IAIN Palangka Raya, Bapak Muzakki, M.Pd yang selalu mengingatkan untuk lulus tepat pada waktunya dan selalu memberikan arahan kepada mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam.
6. Pembimbing Akademik Bapak Dr. Tutut Sholihah, M.Pd., yang tidak pernah lelah memberikan motivasi, inspirasi, dukungan agar tidak pernah patah

semangat dalam kepada penulis dalam menyelesaikan study S1 dan dan selalu meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan akademik.

7. Pembimbing I Dr. Jasmani, M.Ag., yang selalu bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis agar karya ilmiah yang dihasilkan dapat lebih bermakna dan bermanfaat secara nyata.
8. Pembimbing II Bapak Rio Irawan, M.Kom., yang selalu memberikan inspirasi, motivasi, dan pelajaran tentang manfaat ilmu Manajemen Pendidikan Islam dalam dunia pendidikan dan pekerjaan dan selalu bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan kepada penulis agar dapat menyelesaikan dan memahami dengan betul karya ilmiah yang dihasilkan.
9. Segenap dosen pengajar dan karyawan IAIN Palangka Raya yang telah memberikan banyak wawasan keilmuan dan kemudahan-kemudahan selama menyelesaikan studi.
10. Lembaga tempat penelitian Kantor Kementerian Agama Kota Palangka Raya yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian sehingga karya ilmiah ini dapat diselesaikan dengan baik.
11. Teman-teman di Program Studi Manajemen Pendidikan Islam khususnya angkatan 2017 yang selalu bersama dan kompak untuk menjadi insan akademik yang lebih baik.

Dengan penuh harapan dan doa semoga skripsi ini bermanfaat untuk kita semua.

Palangka Raya, Oktober 2021
Penulis,

Agustina
1701160050

MOTTO

وَالِي رَبِّكَ فَارْغَب (الانشراح: ٨)

Dan Hanya Kepada Tuhanmulah Hendaknya Kamu Berharap
(QS. Al-Insyirah : 8)



PERSEMBAHAN

Setelah menempuh perjalanan yang panjang dan berliku dengan penuh kegembiraan dan semangat berkat izin Allah swt untuk meraih cita-cita yang mulia, saya persembahkan skripsi ini sebagai rasa terima kasih saya pada :

1. **Allah Subhanahu Wa Ta'ala**, serta shalawat dan salam kepada Rasulullah Muhammad Shallallahu'alaihi wasalam.
2. **Ibu saya Iin dan Bapak saya Zainudin Abu** yang telah membesarkan dan mendukung saya serta pengorbanan yang teramat besar untuk saya agar saya dapat seperti ini.
3. **Kepada Adikku Tersayang** saya *Kevin, Rina Melinda, Amelia*, terima kasih untuk segala senyum, canda tawa yang telah diberikan kita kelapangan dalam menuntut ilmu sehingga kelak menjadi amal jariyah bagi orang tua kita yang tak putus-putus hingga akhirat. Dan terkhusus adikku tercinta dan teramat aku sayangi **Amelia** agar selalu diberikan Kesehatan dan kebahagiaan.
4. **Kepada Dosen Pembimbing skripsi saya Bapak Dr. Jasmani, M.Ag dan Bapak Rio Irawan, M.Kom** terimakasih telah menjadi orang tua selaku guru, tauladan, dan membimbing saya yang terus memberikan arahan dan motivasi dalam menggali ilmu serta menyelesaikan studi Sarjana Pendidikan.
5. **Kaka tingkat saya Juwita** yang terus memberikan saran dan masukan sekaligus tempat bertanya dan berkeluh kesah saya hingga selesai penelitian ini.
6. **Teman-teman kuliah saya khususnya MPI 2017** yang saling membantu dan menyemangati serta merasakan perjuangan yang sama untuk menggapai cita-cita.

7. Yang terakhir kepada lembaga dimana aku menuntut ilmu. AKU BANGGA TELAH MENJADI SARJANA PENDIDIKAN DI IAIN PALANGKA RAYA.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

PERNYATAAN ORISINILITAS	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
NOTA DINAS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
MOTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Hasil Penelitian Yang Relevan	4
C. Fokus Penelitian	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	9
G. Definisi Oprasional	9
H. Sistematika Penulisan	11

BAB II TELAAH TEORI

A. Deskripsi Teoritik	12
B. Kerangka Berfikir & Pertanyaan	72

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian	77
B. Tempat & Waktu Penelitian	78
C. Instrumen Penelitian	79
D. Sumber Data	79
E. Teknik Pengumpulan Data	80
F. Teknik Pengabsahan Data	87
G. Teknik Analisis Data	89

BAB IV PENYAJIAN DATA

A. Profil Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah.....	81
B. Temuan Penelitian.....	88
1. Perencanaan Humas	88
2. Pelaksanaan Humas.....	96

BAB V PEMBAHASAN

A. Perencanaan Humas Pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah.....	105
B. Pelaksanaan Humas Pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah.....	109

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	117
B. Saran	118

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Hasil Penelitian Yang Relevan

.....
.....

4

Tabel 3.1. Waktu Penelitian

.....
.....

67

Tabel 4.1. Daftar Pejabat Subbag Umum dan Humas

.....
.....

84

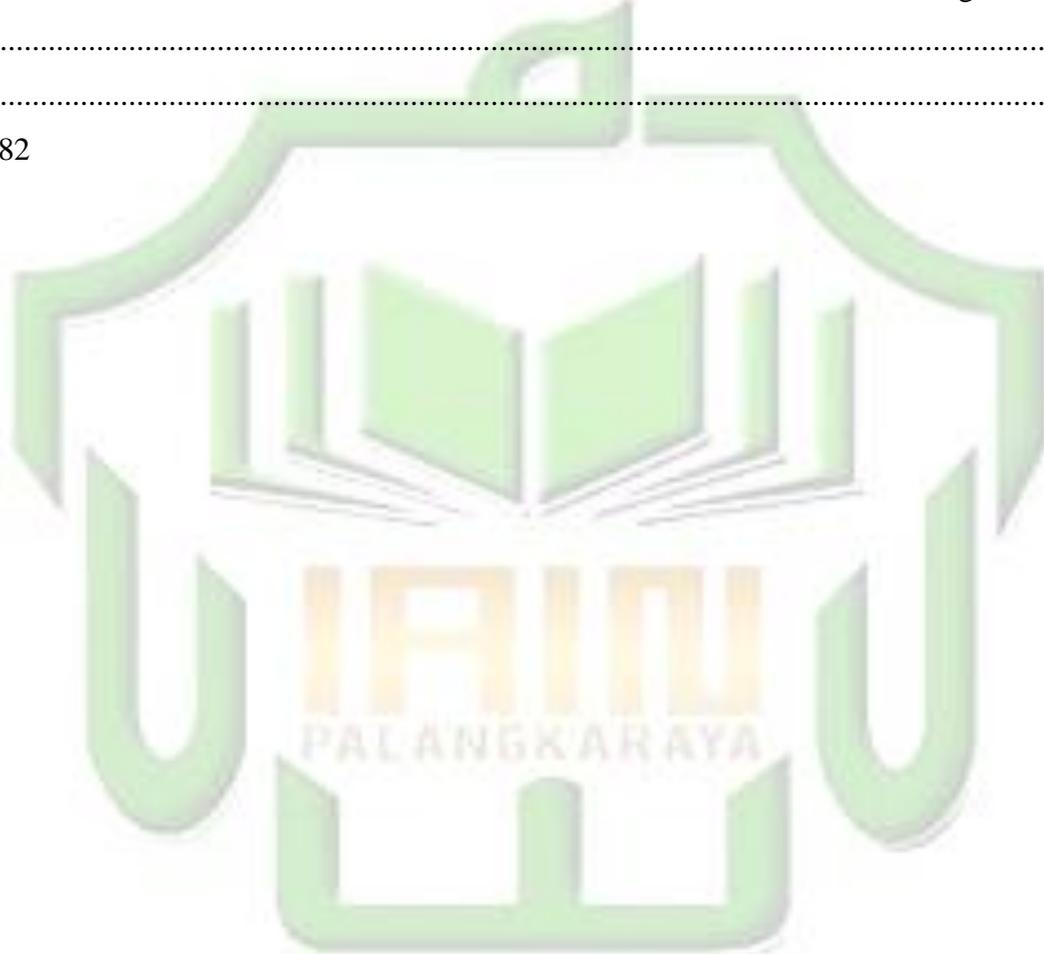
Tabel 4.2. Kantor Wilayah Kementerian Agama Kabupaten/ Kota

.....
.....

85

DAFTAR GAMBAR

Gambar	2.1.	Kerangka	Berpikir
.....			
.....			
63			
Tabel	3.1.	Struktur	Organisasi
.....			
.....			
82			



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrument Penelitian

.....

.....

4

Lampiran 2 Transkrip wawancara

.....

.....

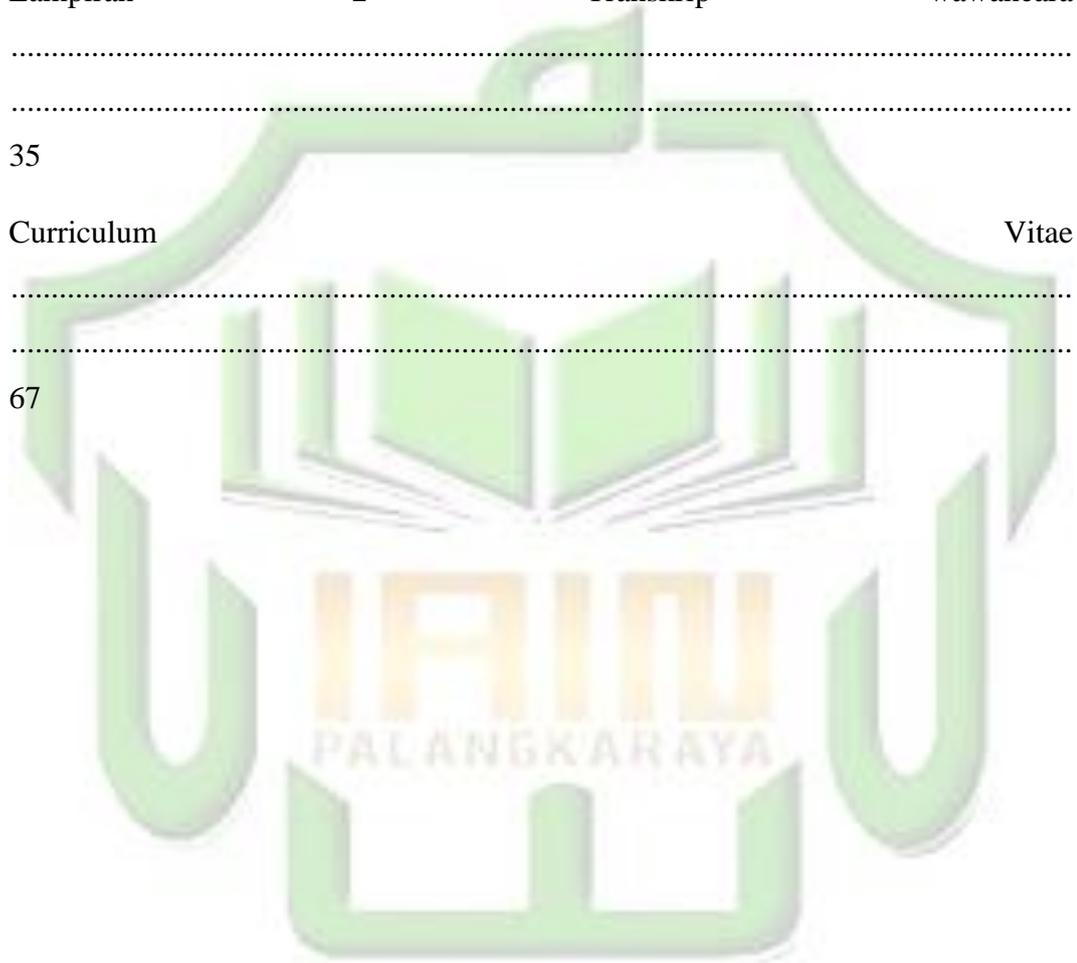
35

Curriculum Vitae

.....

.....

67



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Informasi merupakan kebutuhan pokok setiap orang yang diperlukan bagi pengembangan humas dan lingkungan sosialnya, serta merupakan bagian penting bagi kehidupan berbangsa dan bernegara. Hak untuk memperoleh informasi adalah dan keterbukaan informasi publik menjadi salah satu hal penting dalam rangka mengoptimalkan pengawasan publik terhadap penyelenggara negara dan badan publik lainnya, serta bagi segala sesuatu yang berakibat pada kepentingan publik.

Dalam buku saku yang diterbitkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika RI diketahui bahwa Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik telah mengatur setiap informasi publik bersifat terbuka dan dapat diakses oleh setiap pengguna informasi publik. Informasi publik merupakan informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan Negara. Badan publik yang diatur melalui Undang-Undang itu menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 61 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik adalah Lembaga Negara dan organisasi non pemerintah yang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari dana publik, baik Anggaran Pendapatan dan Belanja

Negara Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah, sumbangan masyarakat, maupun sumber luar negeri.

Badan publik, termasuk dalam hal ini Kementerian Agama yang bertugas untuk menyelenggarakan sebagian tugas pembangunan di bidang agama dan keagamaan, menurut Undang-Undang tersebut berkewajiban menyediakan, memberikan dan/atau menerbitkan informasi publik yang berada dibawah kewenangannya. Informasi yang diberikan harus memenuhi sifat akurat, benar, dan tidak menyesatkan. Pasal 7 pada Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 juga mengatur bahwa badan publik harus membangun dan mengembangkan sistem informasi dan dokumentasi untuk mengelola informasi publik sehingga dapat diakses dengan mudah.

Pada Kementerian Agama pengembangan sistem informasi dan dokumentasi dalam rangka pengelolaan informasi publik salah satunya diwujudkan melalui keberadaan website dan majalah dinas. Website dikelola oleh seluruh Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi se-Indonesia melalui Subbagian Informasi dan Humas.

Berdasarkan dokumen arsip pada Subbagian Informasi dan Humas Kantor Wilayah Kementerian Agama Kalimantan Tengah diketahui terdapat peraturan Menteri Pemberdayaan Aparatur Negara (Permenpan) Nomor: PER/12/M.PAN/08/2007 dimana dalam pasal 6 menyebutkan bahwa fungsi humas pemerintah adalah sebagai juru bicara lembaga, fasilitator, memberi pelayanan informasi kepada publik, menyediakan informasi tentang kebijakan, program, produk dan jasa lembaga, menciptakan iklim hubungan internal dan

eksternal yang kondusif dan dinamis, serta menjadi penghubung lembaga dengan pemangku kepentingan.

Perencanaan program humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama provinsi Kalimantan Tengah Subbagian Umum dan Humas yaitu: Melakukan publikasi pada website Kantor Wilayah Kementerian Agama provinsi Kalimantan Tengah di alamat kalteng .kemenag.go.id, melakukan publikasi pada media massa cetak dan online dengan memberikan siaran pers, melakukan publikasi pada media online pemerintah daerah di alamat mmckalteng.go.id, melakukan publikasi media luar ruangan melalui banner, spanduk, dan baliho, melakukan analisis atas pemberian media massa cetak, elektronik, dan online tentang Kementerian Agama, melakukan pendampingan kehumasan bagi seluruh satuan kerja Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah, mengelola akun media social resmi Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah, memfasilitasi komunikasi antar satuan kerja internal dan dengan pihak eksternal Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kabag Humas Kanwil Kemenag Kalimantan Tengah:

Selama ini kehumasan pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah itu meraih prestasi nasional terbaik ke 3 dalam hal aplikasi berita pengawasan 2019, yang diserahkan pada tahun 2020 terakir kemarin ditahun 2020 dari komisi informasi Hubungan masyarakat Provinsi Kalimantan Tengah menilai bahwa Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah menjadi salah satu 8 terbaik instansi yang menerapkan keterbukaan informasi publik salah satunya itu lewat kehumasan.

Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah terkendala Sumber Daya Manusia (SDM) karena tidak ada satupun yang sarjana

komunikasi, yang ada sekarang mengerjakan kehumasan latar belakang pendidikan nya ialah sarjana agama, dan ada yang sarjana sosial dan pokoknya bukan jurusan jurnalistik, tetapi kehumasan bisa berjalan dengan baik dan meraih juara, dan prestasi. Pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah kehumasannya belum dilaksanakan dengan semestinya karena berjalan dengan semestinya itu standar idealnya menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku misalnya websitenya itu harus lengkap data tetapi di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah belum sesempurna dan beberapa harus diperbaiki kemudian komunikasi harus secara rutin tetapi di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah belum memenuhi standar ideal itu tetapi sudah mengarah kesana ibarat masih 80%.(Gondo,29 Januari 2021).Dan yang belum terencanakan salah satunya ialah meningkatkan kompetensi sumber daya manusia (SDM) walaupun dia bukan lulusan komunikasi ataupun *public relations* tapi dia harus mempunyai pengetahuan atau pun *skill*. (29/1)

Berdasarkan data hasil penelitian awal, maka perlu dilakukan peneliti lebih lanjut dengan judul **Implementasi Kehumasan pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah.**

B. Hasil Penelitian Yang Relevan

Beberapa penelitian tentang Manajemen Humas pernah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Untuk memahami dan persamaan pembeda dengan rancangan penelitian dengan judul “Manajemen Humas pada Kantor Wilayah Kementrian Agama Provinsi Kalimantan Tengah” maka peneliti melakukan penelaahan terhadap beberapa sumber, sebagai berikut antara lain:

Tabel 1.1

No	Peneliti	Judul	Tempat Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
					Perbedaan
1	Beni Erliansyah	“Manajemen Pengelolaan <i>Cyber Public Relations</i> dalam	Kota Payakumbuh	Jenis penelitian deskriptif dengan	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Beni Erliansyah terdapat pada tujuan

		mewujudkan <i>Good Governace</i> Pemerintahan Kota Payakumbuh”		pendekatan kualitatif	penelitian, tujuan penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti ini bertujuan untuk mengetahui manajemen pengelolaan <i>Cyber Public Relations</i> dengan memasukan Implementasi/Pelaksanaan <i>Cyber Public Relations</i> pada unsur – unsur manajemen pengelolaan <i>Cyber Public Relations</i> selain itu media yang di teliti oleh peneliti ini berfokus pada seluruh media online yang digunakan oleh Pemerintah Kota Payakumbuh. Penelitian yang dilakukan oleh Beni Erliansyah berfokus pada manajemen pengelolaan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah perencanaan Hubungan masyarakatogram humas.
2	Adhan Hardiansyah	“Pemanfaatan Website Saung Angklu Udjo sebagai media informasi dan Hubungan	Saung Angklung Udjo	Jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Adhan Hardiansyah dengan penelitian saat ini adalah jelas terdapat pada tujuan

		masyarakatomosi”			penelitian, penelitian ini membahas mengenai tujuan penggunaan website sebagai medai informasi. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk mengetahui tentang Implementasi/Pelaksanaan Hubungan masyarakat. Penelitian Adhan Hardiansyah berfokus pada pemanfaatan website sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian yang berfokus pada Implementasi/Pelaksanaan humas pada perencanaan, pelaksanaan, dan Hubungan masyarakatogram humas.
3	Tantri Puspita Yazid	“Implementasi/Pelaksanaan <i>Cyber Public Relations</i> melalui Pengelolaan website Humas Provinsi Sumatera barat”	Hubungan masyarakat Provinsi Sumatera Barat	Jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Perbedaan penelitian Tantri Puspita Yazid terdapat pada tujuan penelitian dan pendekatan penelitian yang digunakan, penelitian Tantri Puspita Yazid menggunakan pendekatan studi

				<p>kasus dan bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan website untuk mewujudkan good governance, sedangkan pada peneliti ini menggunakan pendekatan dekskriptif untuk mengetahui Implementasi/Pelaksanaan Hubungan masyarakat. Penelitian Tantri Puspita Yazid bertempat di Riau sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti bertempat di Kantor Wilayah Kementerian Agama Hubungan masyarakat Provinsi Kalimantan Tengah.</p>
--	--	--	--	---

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan permasalahan atau keberhasilan yang telah diidentifikasi di atas, maka sangatlah penting untuk dapat dijawab atas permasalahan tersebut. Namun, permasalahan tersebut perlu adanya. Fokus peneliti batasan yang perlu dijawab yaitu tentang perencanaan humas dan pelaksanaan humas di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dibentuk beberapa rumusan masalah yang akan di teliti :

1. Bagaimana Perencanaan Program Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ?
2. Bagaimana Pelaksanaan Program Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan perencanaan program humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah.
2. Mendeskripsikan pelaksanaan program humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah?

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan atau menyumbangkan implementasi kehumasan agar dapat diterapkan pada Kantor Wilayah Kementrian Agama Provinsi Kalimantan Tengah.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi peneliti-peneliti selanjutnya

2. Manfaat praktis

Sebagai masukan serta tolak ukur bagi kantor wilayah kementerian agama untuk dapat memajemen humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional bertujuan untuk menghindari kesalahan pemahaman dan perbedaan penafsiran yang berkaitan dengan istilah-istilah dalam judul skripsi. Sesuai dengan judul penelitian yaitu “Manajemen Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah”.

1. Implementasi/Pelaksanaan

Implementasi adalah proses untuk memastikan terlaksanakannya suatu program humas dan tercapainya program humas. Implementasi/Pelaksanaan humas adalah membentuk atau membangun pendapat umum. Hal ini berkaitan dengan citra karena upaya mengarahkan atau membentuk pendapat umum, seperti untuk menumbuh kembangkan pengertian dan persepsi masyarakat (terhadap pemerintah, undang-undang, kebijakan pemerintah, organisasi, perusahaan, produk, dan lain-lain, meraih kepercayaan publik.

2. Humas

Humas (Public Relation) adalah usaha yang direncanakan secara terus menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik organisasi dan masyarakatnya. Pendapat ini menunjukkan bahwa public relation dianggap sebuah proses atau aktivitas yang bertujuan untuk menjalin komunikasi antara organisasi dan pihak luar organisasi.

3. Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah

Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah adalah Kantor Urusan Agama Provinsi Kalteng yang terdiri dari jawatan urusan agama, penerangan agama, dan pendidikan agama, dan berganti menjadi Kantor Perwakilan Departemen Agama Provinsi Kalteng. Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah berlokasi di jalan Brigjen Katamsno No.3, Palangka, Kec. Jekan Raya, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah 73112.

H. Sistematika Penulisan

Adapun sistem penulisan dari penelitian ini yaitu terdiri dari bab 1, bab 2, bab 3, bab 4, bab 5. Pada bab I yaitu pendahuluan, memuat latar belakang, hasil penelitian yang relevan/sebelumnya, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan. Pada bab II yaitu telaah teori yang terdiri dari, deskripsi teoritik, kerangka pikir, dan pertanyaan penelitian. Kemudian pada bab III yaitu metode penelitian yang terdiri dari metode penelitian, tempat dan waktu penelitian, instrument penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik

pengabsahan data, dan teknis analisis data. Selanjutnya bab IV pemaparan data yang membuat tentang temuan penelitian dan pembahasan hasil penelitian, setelah itu, bab V yaitu kesimpulan dan saran. Terakhir pada bab VI yaitu penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran.



BAB II

TELAAH TEORI

A. Deskripsi Teoritik

1. Konsep Manajemen

a. Pengertian Manajemen

Istilah manajemen memiliki berbagai pengertian. Secara universal, manajemen adalah penggunaan sumber daya lembaga untuk mencapai sasaran dan kinerja yang tinggi dalam berbagai tipe lembaga lembaga profit maupun nonprofit..

Menurut Mary Parker Foller, manajemen merupakan seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Definisi ini mengandung arti bahwa para manajer mencapai tujuan-tujuan lembaga melalui pengaturan orang-orang lain untuk melaksanakan berbagai tugas yang mungkin diperlukan.

George R. Terry mendefinisikan manajemen sebagai proses yang khas dan terdiri atas tindakan-tindakan, seperti perencanaan, pengembagaan, pengaftifan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.

Sementara itu, Melayu S.P. Hasibuan meendefinisikan manajemen sebagai ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu. (Zainal Mukarom dkk, 2015 : 104). Dalam Al-

Qur'an juga terdapat pembahasan mengenai manajemen seperti pada surat QS. An-Nisa' Ayat 63:

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ
قَوْلًا بَلِيغًا

“Artinya: Mereka itu adalah orang-orang yang (sesungguhnya) Allah mengetahui apa yang ada di dalam hatinya. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka nasihat, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang membekas pada jiwanya”.

Adapun manajemen humas menurut para ahli, sebagai berikut yaitu:

- 1) Menurut Cutlip dan Center, *public relations* dapat dibedakan pada fungsi manajemen melalui konsep kegiatan administrasi (*operating concept of administrasi*) dan fungsi staf khusus dalam pelayanan administrasi (*specialized staff function serving administrator*). Adapun dalam fungsi komunikasi, humas aktisi *public relations* melaksanakan kegiatan komunikasi antara lembaga yang diwakilinya dan pihak publik sebagai sasarannya.
- 2) Harlow memberikan definisi dengan mengombinasikan berbagai elemen dari berbagai definisi:
(*Public Relations* adalah fungsi manajemen yang membantu mendirikan dan memelihara hubungan komunikasi yang saling menguntungkan, keterbukaan, dan kerja sama antara lembaga dan publiknya, melibatkan manajemen problem dan isu, membantu

manajemen untuk tetap terinformasi dan *responsive* terhadap publik).

(Zainal Mukarom dkk, 2015 : 109)

- 3) Baskin, Otin *et.al.* (1978) mendefinisikan *public relations* dalam definisi yang lebih operasional, yaitu: kegiatan manajemen humas mencakup fungsi-fungsi pokok manajemen secara umum perencanaan, pengembagaan, kepemimpinan, dan penelitian.
- 4) Menurut Frank Jeffkins, humas merupakan segala sesuatu yang terdiri atas semua bentuk komunikasi berencana, baik ke dalam maupun ke luar, untuk mencapai tujuan khusus, yaitu pengertian bersama.

Dari beberapa pendapat pendapat ahli maka dapat disimpulkan tugasnya akan melaksanakan aktivitas manajemen humas (*public relations*) merupakan terapan ilmu manajemen dasar yang diimplikasikan (diterapkan) di dunia *public relations*. (Zainal Mukarom dkk, 2015 : 111).

b. Landasan Yuridis Manajemen

- 1) Dengan berlakunya UU No. 22/1999 tentang Pemda dan UU No. 25/1995 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemda dan Pemerintah Pusat, semakin banyak aktivitas pelayanan yang harus ditangani oleh daerah sehingga aparat di daerah dituntut untuk dapat memahami dan mempraktikkan ilmu manajemen pelayanan.
- 2) Meskipun kedua UU tersebut direvisi dengan UU No. 32/ 2004 dan UU No.33 /2004, tetap akan mengakibatkan interaksi aparat daerah dan masyarakat menjadi lebih intens. Ditambah dengan semakin kuat tuntutan demokratisasi dan pengakuan akan HAM melahirkan kuatnya tuntutan terhadap manajemen pelayanan yang berkualitas.

- 3) Globalisasi dan berlakunya era perdagangan bebas mengakibatkan batas-batas antarnegara menjadi kabur dan kompetisi menjadi sangat ketat. Hal ini membuat kemampuan manajemen pelayanan yang sangat tinggi untuk tetap dapat eksis dan mampu bersaing.

c. Tujuan Manajemen

Mengenai tujuan hubungan sekolah dan masyarakat, T Sianipar (1984, dalam Purwanto, 1995: 189-190) meninjaunya dari sudut kepentingan kedua lembaga tersebut, yaitu kepentingan sekolah dan kepentingan masyarakat itu sendiri.

Ditinjau dari kepentingan sekolah, pengembangan penyelenggaraan hubungan sekolah dan masyarakat bertujuan untuk:

- 1) Memelihara kelangsungan hidup sekolah.
- 2) Meningkatkan mutu pendidikan di sekolah yang bersangkutan.
- 3) Memperlancar proses belajar mengajar.
- 4) Memperoleh dukungan dan bantuan dari masyarakat yang diperlukan dalam pengembangan dan pelaksanaan program sekolah.

Sedangkan jika ditinjau dari kebutuhan masyarakat itu sendiri, tujuan hubungannya dengan sekolah adalah untuk:

- 1) Memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama dalam bidang mental spiritual.
- 2) Memperoleh bantuan sekolah dalam memecahkan berbagai masalah yang dihadapi oleh masyarakat.
- 3) Menjamin relevansi program sekolah dengan kebutuhan masyarakat.

- 4) Memperoleh kembali anggota-anggota masyarakat yang makin meningkat kemampuannya.

Secara lebih konkret lagi, tujuan diselenggarakan humas dan sekolah adalah untuk:

- 1) Mengenalkan pentingnya sekolah bagi masyarakat.
- 2) Mendapatkan dukungan dan bantuan moral maupun finansial yang diperlukan bagi pengembangan sekolah.
- 3) Memberikan informasi kepada masyarakat tentang inti dan pelaksanaan program sekolah.
- 4) Memperkaya atau memperluas program sekolah sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan masyarakat.
- 5) Mengembangkan kerja sama yang lebih erat antara keluarga dan sekolah dalam mendidik anak-anak.

Menurut Elsbree dan McNally (1959, dalam Purwanto, 1995: 190), bermacam-macam tujuan seperti dikemukakan di atas dapat dikelompokkan menjadi tiga tujuan pokok, yaitu:

- 1) Untuk mengembangkan mutu belajar dan pertumbuhan anak-anak.
- 2) Untuk mempertinggi tujuan-tujuan dan mutu kehidupan masyarakat.
- 3) Untuk mengembangkan pengertian, antusiasme masyarakat dalam membantu pendidikan yang diselenggarakan oleh pemerintah.

Secara umum, pentingnya hubungan masyarakat dan Lembaga Pendidikan Islam (LPI) tidak jauh berbeda sebagaimana keterangan di atas. Namun, ada beberapa hal yang kiranya hanya dimiliki pentingnya hubungan masyarakat dalam manajemen LPI secara khusus, yaitu:

- 1) LPI adalah bagian internal dari masyarakat Muslim; ia bukan lembaga yang terpisah dari masyarakat.
- 2) Keberadaan, pertumbuhan, perkembangan, dan eksistensi LPI bergantung pada masyarakat, khususnya komunitas masyarakat Muslim sekitarnya.
- 3) LPI adalah lembaga social yang berfungsi untuk melayani anggota-anggota masyarakat dalam bidang pendidikan, khususnya yang berciri khas agama Islam.
- 4) Perkembangan dan kemajuan LPI saling berkorelasi dengan perkembangan dan masyarakat Muslim sekitarnya. Ibarat telur dengan ayam, ayam yang baik akan menghasilkan telur yang baik, dan sebaliknya, telur yang menetas akan menghasilkan ayam yang baik. Demikian juga masyarakat Muslim yang maju mengembangkan LPI yang maju, dan sebaliknya, LPI yang maju menghasilkan SDM anggota masyarakat yang berkualitas.
- 5) Masyarakat Muslim adalah pemilik LPI, LPI terwujud dan berkembang karena masyarakat peduli untuk mengembangkannya.
- 6) Pada tataran tertentu masyarakat menjadikan LPI yang dikelolanya sebagai standar “status” dan “kebanggaan”, dan sebaliknya, LPI membanggakan masyarakat yang maju memiliki kepedulian dan kemitraan dengan LPI. Misalnya, masyarakat Muslim Malang sangat bangga apabila dapat menyekolahkan anaknya ke MIN Malang I. Dan MIN Malang I bangga apabila wali murid dari para siswanya adalah orang-orang yang peduli terhadap pendidikan,

- 7) Dari sejarah pertumbuhan dan perkembangannya sejak zaman dulu, LPI lahir dari lapisan *grassroot*, eksistensinya berawal dari, oleh dan untuk masyarakat.
- 8) Pada zaman penjajahan Belanda dan zaman perjuangan, LPI merupakan basis para pejuang dan pahlawan, seperti Pangeran Diponegoro, Imam Bonjol, KH. Zainal Mustafa, HOS. Cokroaminoto. Demikian pula pada zaman kemerdekaan dan pembangunan serta era reformasi ini, tak sedikit sumbangsih LPI terhadap kemajuan bangsa Indonesia, khususnya dalam bidang pendidikan dan pembinaan mental generasi muda maupun masyarakat pada umumnya. (Mulyono, MA. 2014, 211-214)

d. Fungsi Manajemen

Dari definisi manajemen humas di atas bahwa dapat disimpulkan bahwa fungsi pokok atau tahapan-tahapan dalam manajemen humas merupakan suatu proses. Menurut para ahli adalah sebagai berikut:

Menurut Maria, *Public relation* merupakan satu bagian dari satu napas yang sama dalam lembaga yang harus memberikan identitas lembaganya dengan tepat dan benar serta mampu mengomunikasikannya sehingga public menaruh kepercayaan dan mempunyai pengertian yang jelas dan benar terhadap lembaga tersebut. Hal ini memberikan gambaran tentang fungsi *public relations*, yaitu:

- 1) Memperoleh iktikad baik, kepercayaan, saling adanya pengertian dan citra yang baik dari publik atau masyarakat pada umumnya.

- 2) Memiliki sasaran untuk menciptakan opini publik yang bisa diterima dan menguntungkan semua pihak;
- 3) Unsur penting dalam manajemen untuk mencapai tujuan yang spesifik, sesuai dengan harapan publik, tetapi merupakan kekhasan lembaga atau perusahaan. Sangat penting bagaimana lembaga memiliki warna, budaya, citra, suasana yang kondusif dan menyenangkan, kinerja meningkat, dan produktivitas bisa dicapai secara optimal.
- 4) Menciptakan hubungan yang harmonis antara lembaga atau perusahaan dengan publiknya, sekaligus menciptakan opini publik sebagai efeknya, yang sangat berguna sebagai input bagi lembaga atau perusahaan yang bersangkutan.

Memahami uraian di atas, peran dan fungsi humas dalam manajemen merupakan pilar kekuatan keempat dalam mendukung keberadaan manajemen lembaga.

Di samping itu, menurut Black, terdapat beberapa konsep peran, tugas, dan fungsi *public relations* yang mampu menunjang manajemen lembaga perusahaan, yaitu sebagai berikut.

- 1) Manipulatif, yaitu upaya memengaruhi individu, kelompok atau publik yang menjadi sasarannya dengan mengubah atau memengaruhi pendapat dan opini publik melalui teknik-teknik kegiatan komunikasi Hubungan masyarakat demi kepentingan tujuan yang positif bagi lembaga, lembaga, atau perusahaan yang diwakilinya.
- 2) Kuratif, yaitu upaya untuk pemulihan atau perbaikan terhadap suatu kegagalan atau kesalahan yang telah terjadi sehingga menimbulkan

citra negative lembaga, dan tindakan humas selanjutnya adalah upaya memulihkan kembali nama baik humas perusahaan dan citra baik (*good image*) di mata publiknya,

- 3) Preventif, yaitu tindakan pencegahan untuk meniadakan risiko kerugian yang lebih besar pada masa yang akan datang. Misalnya perusahaan berupaya menghindari kesalahan dalam memberikan jasa pelayanan atau menyebarkan informasi yang kurang baik terhadap publik atau media massa sehingga dapat merugikan nama perusahaan.
- 4) Promosional, yaitu mendorong atau memotivasi untuk memajukan usaha komersial yang bertujuan profit (mencari keuntungan) dengan melakukan kampanye promosi, komunikasi pemasaran dan promosi periklanan dengan menawarkan produk barang dan jasa pelayanan terbaiknya kepada konsumennya (pelanggan).
- 5) Pendidikan, yaitu memberikan informasi atau menyebarkan informasi, program pendidikan dan ilmu pengetahuan secara luas kepada publiknya. Misalnya, perlunya meningkatkan pendidikan masyarakat terhadap kesadaran pelestarian lingkungan alam, kampanye tentang Kadarkum (kesadaran hukum), dan mengajak publik untuk mencintai produksi dalam negeri.
- 6) Misi, yaitu menetapkan pandangan utama dalam perusahaan. Misi suatu negara adalah upaya membangun masyarakat adil dan makmur bagi masyarakat Indonesia. Termasuk misi perusahaan jasa angkutan umum, selain mampu menjamin keselamatan, keamanan, dan kenyamanan

penumpangnya, seharusnya perusahaan akan mampu memberikan pelayanan terbaik untuk mencapai tujuan tepat waktu.

Dengan demikian, keberhasilan humas dalam melaksanakan keenam pendapatan tersebut di atas tidak terlepas dari kemampuan melakukan proses komunikasi terus-menerus dan berkesinambungan dari kegiatan manajer humas, yaitu berawal dari aktivitas riset, perencanaan, penetapan program kerja, model komunikasi yang diterapkan hingga mengevaluasinya. (Mukarom, 2015 : 115).

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa *public relations* adalah memelihara, mengembangkan, mempertahankan komunikasi timbal balik yang diperlukan dalam menangani, mengatasi masalah yang muncul, atau meminimalkan munculnya masalah. (Mukarom, 2015 : 116).

Fungsi manajemen humas adalah serangkaian kegiatan yang dijalankan oleh manajemen berdasarkan fungsi masing-masing dan mengikuti tahapan-tahapan tertentu dalam pelaksanaannya.

1) Perencanaan

Perencanaan atau *planning*, yaitu proses yang menyangkut upaya mengantisipasi kecenderungan pada masa yang akan datang dan penentuan strategi dan taktik yang tepat untuk mewujudkan target dan tujuan lembaga. Adapun fungsi perencanaan, antara lain:

- a) Menetapkan tujuan dan target bisnis;
- b) Merumuskan strategi untuk mencapai tujuan dan target bisnis tersebut;

- c) Menentukan sumber-sumber daya yang diperlukan;
- d) Menetapkan standar/indicator keberhasilan dalam pencapaian tujuan dan targer bisnis. (Mukarom, 2015: 105)

2) Pengorganisasian

Pengorganisasian atau *organizing*, yaitu proses yang menyangkut cara strategi dan taktidk yang telah dirumuskan dalam perencanaan didesain dalam sebuah struktur lembaga yng cepat dan tangguh, sistem dan lingkungan lembaga yang kondusif dan bisa memastikan bahwa semua pihak dalam lembaga dapat bekerja secara efektif dan efisien untuk pencapaian tujuan lembaga. Fungsi penglenggaraan, antara lain:

- a) Mengalokasikan sumber daya, merumuskan, dan menetapkan tugas dan prosedur yang diperlukan;
- b) Menetapkan struktur lembaga yang menunjukkan garis kewenangan dan tanggung jawab;
- c) Merekrut, menyeleksi, mengadakan pelatihan, dan pengembangan sumber daya (tenaga kerja);
- d) Menempatkan sumber daya manusia pada posisi yang paling tepat.

3) Pengimplementasi/Pelaksanaan

Pengimplementasi/Pelaksanaan atau *directing*, yaitu Hubungan masyarakatoses Implementasi/Pelaksanaan Program agar bisa dijadikan oleh seluruh pihak dalam lembaga serta proses memotivasi agar seemua pihak tersebut dapat menjalankan tanggung

jawabnya dengan penuh kesadaran dan Hubungan produktivitas yang tinggi. Fungsi pengimplementasi/Pelaksanaan (*directing*), meliputi;

- a) Mengimplementasi/Pelaksanaan proses kepemimpinan, pembimbing, dan pemberian motivasi kepada tenaga kerja agar bekerja secara efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan;
- b) Memberikan tugas dan penjelasan rutin mengenai pekerjaan menjelaskan kebijakan yang ditetapkan.

4) Pengendalian

Pengendalian dan pengawasan atau *controlling*, yaitu Hubungan masyarakat untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan, dilembagakan, dan diImplementasi/Pelaksanaan kan berjalan sesuai dengan target yang diharapkan, sekalipun terjadi berbagai perubahan dalam lingkungan dunia bisnis yang dihadapi. Fungsi pengawasan, antara lain:

- a) Mengevaluasi keberhasilan dalam pencapaian tujuan dan target bisnis sesuai dengan indikator yang telah diterapkan;
- b) Mengambil langkah klarifikasi dan koreksi atas penyimpangan yang mungkin ditemukan.
- c) Melakukan berbagai alternatif solusi atas berbagai masalah yang berkaitan dengan pencapaian tujuan dan targer bisnis. (Mukarom, 2015 : 105)

2. Konsep Dasar Manajemen Program Hubungan Masyarakat

a. Pengertian Implementasi /Pelaksanaan, Operasional, dan Tindakan Hubungan Masyarakat

Implementasi/Pelaksanaan adalah proses untuk memastikan terlaksanakannya suatu program dan tercapainya program tersebut. Hubungan masyarakat dalam organisasi adalah melakukan teknis komunikasi (*communication-technician*) dengan melaksanakan teknis operasional ataupun manajerialnya. Hubungan masyarakat beserta stafnya memiliki tanggung jawab serta wewenang untuk menyusun program atau kegiatan mulai pengumpulan data, menganalisis masalah, perencanaan sampai pengawasan atau penilaian terhadap hasil dari kegiatan tersebut yang dicapai, baik secara kualitas maupun kuantitas. (Mukarom dkk, 2019 : 216).

Menurut Ekowati dkk. (2005), Implementasi/Pelaksanaan suatu kebijakan dapat diukur dengan melihat kesesuaian antara pelaksanaan atau penerapan kebijakan dengan desain, tujuan, dan sasaran kebijakan itu sendiri serta memberikan dampak atau hasil yang positif bagi pemecahan permasalahan yang dihadapi.

Edward III (1980) dan Emerson, Grindle, serta Mize menjelaskan empat variabel kritis dalam Implementasi/Pelaksanaan kebijakan publik atau program, yaitu komunikasi atau kejelasan informasi, konsistensi informasi ketersediaan sumber daya dalam jumlah dan mutu tertentu, sikap dan komitmen dari pelaksana program atau kebijakan birokrat, dan struktur birokrasi atau standar operasi yang mengatur tata kerja dan tata laksana. Adapun pelaksana variabel tersebut ialah sebagai berikut:

1) Komunikasi (*Communications*)

Komunikasi berkenaan dengan bagaimana kebijakan dikomunikasikan pada organisasi dan/ atau publik. (Mukarom dkk, 2019 : 217). Keberhasilan komunikasi ditentukan oleh tiga indikator, yaitu penyaluran komunikasi dianggap penting karena proses kegiatan yang melibatkan unsur manusia dan unsur sumber daya selalu berurusan dengan permasalahan “bagaimana hubungan yang dilakukan”.

2) Ketersediaan Sumber Daya (*Resources*)

Sumber daya pendukung untuk melaksanakan kebijakan, yaitu sebagai berikut.

- a) Sumber daya manusia: merupakan aktor penting dalam pelaksanaan kebijakan
- b) Informasi: merupakan sumber daya yang kedua yang penting dalam Implementasi/Pelaksanaan kebijakan. Informasi yang disampaikan atau diterima harus jelas sehingga dapat mempermudah atau memperlancar pelaksanaan kebijakan atau program.
- c) Kewenangan: hak untuk mengambil keputusan, hak untuk mengarahkan pekerjaan orang lain, dan hak untuk memberi perintah.
- d) Pendanaan membiayai operasional Implementasi/Pelaksanaan kebijakan. (Mukarom dkk, 2019 : 218)

3) Sikap dan Komitmen Pelaksanaan Program (*Disposition*)

Sikap dan komitmen berkaitan dengan kesediaan implementor untuk menyelesaikan kebijakan publik tersebut. Keberhasilan Hubungan masyarakatogram atau Implementasi/Pelaksanaan

kebijakan adalah sikap pekerja terhadap penerimaan dan dukungan atas kebijakan atau dukungan yang telah ditetapkan.

4) Struktur Birokrasi (*Bureaucratic Structure*)

Struktur Birokrasi berkenaan dengan kesesuaian organisasi birokrasi yang menjadi penyelenggara Implementasi/Pelaksanaan kebijakan publik Struktur Birokrasi menjelaskan susunan tugas dan para pelaksana kebijakan, memecahkannya dalam perincian tugas, serta menetapkan prosedur standar operasi.

b. Kerangka Dasar Implementasi/Pelaksanaan Program Humas (*Public Relations*)

Implementasi/Pelaksanaan dalam program humas berupa tindakan dan komunikasi. Program humas tidak hanya program komunikasi, tetapi juga harus mendorong organisasi melakukan tindakan nonkomunikasi.

Menurut Cutlip, Center, dan Broom (1999), tindakan kehumasan adalah tindakan tanggung jawab sosial oleh departemen humas atau bagian dari perusahaan. Strategi tindakan yang dilakukan biasanya termasuk perubahan dalam kebijakan organisasi, prosedur, produk, pelayanan dan perilaku organisasi.

1) Tugas Hubungan masyarakat

Tugas utama humas adalah membangun dan mempertahankan hubungan melalui serangkaian kegiatan komunikasi yang intensif.

(Zainal Mukarom dkk, 2019 : 219)

2) Penggunaan Media

Menurut Pace dan Faules, penggunaan media didasarkan pada sejumlah pertimbangan berikut:

- a) Biaya yang tersedia;
 - b) Berketerampilan dalam penggunaan saluran yang ada, baik pada perusahaan maupun publik;
 - c) Dampak yang diinginkan;
 - d) Relevansi saluran dan respons yang diharapkan terhadap informasi yang disampaikan;
 - e) Pilihan media yang dapat dikontrol atau tidak;
 - f) Tinggi-rendah kemampuannya membawa pesan dan merupakan tinggi-rendahnya kepercayaan publik terhadap media tersebut.
- (Zainal Mukarom dkk, 2019 : 220).

Pada prinsipnya tahap Implementasi/Pelaksanaan mencakup tindakan apa saja yang akan dilakukan, pesan apa saja yang ingin disampaikan, dan jenis media yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan yang dimaksud. (Zainal Mukarom dkk, 2019 : 221).

c. Model Implementasi/Pelaksanaan Fungsi-fungsi Hubungan Masyarakat dalam Program Promosi

Dalam Implementasi/Pelaksanaannya, fungsi hubungan masyarakat adalah membentuk atau membangun pendapat umum (*public opinion*). Hubungan masyarakat berkaitan dengan citra (*image*), sedangkan pemasaran berkaitan dengan upaya peningkatan penjualan.

1) Pelaksanaan/ Implementasi Program Kegiatan Humas

a) Hubungan masyarakat

Hubungan masyarakat, mencari pembeli dan menjalin hubungan dengan mereka. Kegiatan ini meliputi:

(1) *Targeting*, yaitu mengalokasikan kelangkaan waktu penjual demi pembeli;

(2) *Communicating*, yaitu memberikan informasi mengenai Hubungan masyarakat perusahaan kepada pelanggan;

(3) *Selling*, yaitu mendekati, mempresentasikan dan mendemonstrasikan, mengatasi penolakan, serta menjual produk kepada pelanggan;

(4) *Servicing*, yaitu memberikan berbagai jasa dan pelayanan kepada pelanggan.

(5) *Information gathering*, yaitu melakukan riset dan inteljel pasar;

(6) *Allocating*, yaitu menentukan pelanggan yang akan dituju. .

(Mukarom dkk, 2019 : 235).

b) Mass Selling

Mass selling terdiri atas periklanan dan publisitas. *Mass selling* merupakan pendekatan yang menggunakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak ramai dalam satu waktu. Metode ini memang tidak sefleksibel *personal selling*, tetapi merupakan alternatif yang lebih murah untuk menyampaikan informasi ke khalayak (pasar sasaran) yang jumlahnya sangat banyak dan tersebar luas.

(1) Periklanan yaitu bentuk promosi yang paling banyak digunakan perusahaan dalam mempromosikan produk. Iklan adalah bentuk komunikasi tidak langsung, yang didasari pada informasi tentang keunggulan dan keuntungan suatu produk.

(2) *Publisitas*, adalah bentuk penyajian dan penyebaran ide, barang, dan jasa secara nonpersonal.

c) *Public Relations*

Public relations merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari perusahaan untuk memengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok. (Mukarom dkk, 2019 : 236).



d. Tujuan Pelaksanaan/ Implementasi Program Hubungan Masyarakat

Pelaksanaan/ Implementasi humas bertujuan membentuk atau membangun pendapat umum. Hubungan masyarakat merupakan upaya mengarahkan atau membentuk pendapat umum, seperti menumbuh kembangkan pengertian dan persepsi masyarakat (terhadap pemerintah, undang-undang, kebijakan pemerintah, organisasi, perusahaan, produk, dan lain-lain), meraih kepercayaan khalayak (*public*), dan memperoleh dukungan masyarakat.

Hubungan masyarakat bertugas sebagai bagian yang langsung berhubungan dengan pihak luar, yaitu masyarakat. Selain itu, Praktisi humas harus bisa memberikan masukan atau pendapat-pendapat pada atasannya sehingga atasan mengetahui perkembangan perusahaan. Hubungan masyarakat juga harus bisa meyakinkan masyarakat bahwa aktivitas yang dilakukan bermanfaat, menguntungkan masyarakat, dan bersifat positif. (Mukarom dkk, 2019 : 215).

3. Konsep Hubungan masyarakat

a. Pengertian Hubungan masyarakat

Hubungan masyarakat (*Public Relation*) adalah usaha yang direncanakan secara terus menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik lembaga dan masyarakatnya. Pendapat ini menunjukkan bahwa *public relation* dianggap sebuah proses atau aktivitas yang bertujuan untuk menjalin komunikasi antara lembaga dan pihak luar lembaga (Coulsin-Thomas, 2002).

Hubungan masyarakat adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu lembaga dengan masyarakat. Jadi hubungan masyarakat adalah suatu rangkaian kegiatan yang dilembaga sedemikian rupa sebagai suatu rangkaian program terpadu, yang berlangsung secara berkesinambungan dan teratur.

Adapun beberapa pendapat ahli mengenai Hubungan masyarakat, ialah sebagai berikut:

- 1) Menurut Dr. Rex Harlow Hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen untuk membantu menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.
- 2) Menurut Edward L. Bernay, dalam bukunya *Public Relations* (1952, University of Oklahoma Hubungan masyarakatess), terdapat 3 fungsi utama humas, yaitu:
 - a) Memberikan penerangan kepada masyarakat.

- b) Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.
 - c) Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.
- 3) Menurut J.C. Seidel, Hubungan masyarakat adalah hubungan masyarakat yang kontinu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh goodwill langganannya, pegawainya, dan publik umumnya; kedalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan.
- 4) Menurut W. Emerson Rock, Hubungan masyarakat adalah kelanjutan dari hubungan masyarakat penetapan, penentuan pelayanan-pelayanan dan sikap yang disesuaikan dengan kepentingan orang-orang atau golongan agar orang atau lembaga itu memperoleh kepercayaan dan goodwill dari mereka. Kedua, pelaksanaan kebijaksanaan, pelayanan dan sikap adalah untuk menjamin adanya pengertian dan penghargaan yang sebaik-baiknya.
- 5) Hubungan masyarakat adalah suatu seni dalam menciptakan pengertian hubungan masyarakat yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau suatu lembaga, badan, lembaga, atau perusahaan. (Saputra, Nasrullah, 2011:1-2)

Dari pemaparan definisi dan fungsi *Public Relations* tersebut di atas, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa ciri khas Hubungan masyarakat

dan fungsi Manajemen Humas (*Public Relations Management*), adalah sebagai berikut:

- 1) Menunjukkan kegiatan tertentu (*action*),
- 2) Kegiatan yang jelas (*activities*),
- 3) Adanya perbedaan khas dengan kegiatan lain (*different*),
- 4) Terdapat suatu kepentingan tertentu (*important*),
- 5) Adanya kepentingan bersama (*common interest*),
- 6) Terdapat komunikasi dua arah timbal balik (*reciptocal two ways traffic communication*).

Kegiatan Hubungan masyarakat sama sekali tidak bisa dilakukan secara sembarangan atau dadakan. Tujuan Hubungan masyarakat itu sendiri adalah untuk memastikan bahwa niat baik dan Hubungan masyarakat lembaga yang bersangkutan senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak lain yang berkepentingan (atau, lazim disebut sebagai seluruh “khalayak” atau publiknya). (Linggar Anggoro, 2008:1)

Hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang mendukung dan memelihara komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama antara lembaga dengan Masyarakat.

b. Tujuan dan Fungsi Hubungan masyarakat

- 1) Tujuan Hubungan masyarakat (*Public Relation*)

Tujuan utama dari hubungan masyarakat (*Public Relation*) adalah mempengaruhi perilaku orang secara individu maupun kelompok saat saling berhubungan, melalui dialog dengan se,ua golongan, dimana persepsi, sikap dan opininya penting terhadap suatu

kesuksesan sebuah perusahaan (Davis, 2003). Menurut Rosady Ruslan (2001, p. 246) tujuan hubungan masyarakat (*Public Relation*) adalah sebagai berikut:

- a) Menumbuh kembangkan citra perusahaan yang positif untuk publik eksternal atau masyarakat dan konsumen.
 - b) Mendorong tercapainya saling pengertian antara publik sasaran dengan perusahaan.
 - c) Mengembangkan sinergi fungsi pemasaran dengan (*Public Relation*)
 - d) Efektif dalam membangun pengenalan merek dan pengetahuan merek.
 - e) Mendukung bauran pemasaran.
- 2) Fungsi Hubungan masyarakat (*Public Relation*)

Menurut Maria (2002, p.31), Hubungan masyarakat (*public relation*) merupakan satu bagian dari satu nafas yang sama dalam lembaga tersebut, dan harus memberi identitas lembaganya dengan tepat dan benar serta mampu mengkomunikasinya sehingga publik menaruh kepercayaan dan mempunyai pengertian yang jelas dan benar terhadap lembaga tersebut". Hal ini sekedar memberikan tentang fungsi hubungan masyarakat yaitu:

- a) Kegiatan yang bertujuan memperoleh itikad baik, kepercayaan, saling adanya pengertian dan citra yang baik dari publik atau masyarakat pada umumnya.

- b) Memiliki saran untuk menciptakan opini publik yang bisa diterima dan menguntungkan semua pihak.
- c) Unsur penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik, sesuai harapan publik, tetapi merupakan kekhasan hubungan masyarakat sangat penting bagaimana lembaga memiliki warna, budaya, citra, suasana, yang kondusif dan menyenangkan, kinerja meningkatkan dan produktifitas bisa dicapai secara optimal.

Dapat disimpulkan bahwa hubungan masyarakat lebih berorientasi kepada pihak perusahaan untuk membangun citra positif perusahaan, dan hasil yang lebih baik dari sebelumnya karena mendapatkan opini dan kritik dari konsumen.

c. Metode Strategi Hubungan masyarakat (*Public Relation*)

1) Strategi Hubungan masyarakat

Hubungan masyarakat diadakan untuk tujuan strategis, yaitu membaca rintangan yang muncul dari luar, misalnya ketentuan pemerintah yang mematikan, ketidakpahaman karyawan atas sikap penduduk sekitar perusahaan sehingga penduduk bersikap melawan, tindakan pesaing, boikot dari konsumen, sampai pada kesalahan perusahaan yang dibuat tanpa sengaja terhadap publiknya, ataupun dari dalam, seperti pemogokan karyawan, perusakan, dan sebagainya. Menurut Pearce dan Robinson strategi hubungan masyarakat adalah sebagai berikut:

- a) Menentukan misi perusahaan, termasuk di dalamnya pernyataan yang umum mengenai maksud pendirian, filosofi, dan sasaran.
- b) Mengembangkan *company Hubungan masyarakat* yang mencerminkan kondisi internal perusahaan dan kemampuan yang dimilikinya.
- c) Penilaian terhadap lingkungan eksternal perusahaan, baik dari segi semangat kompetitif maupun secara umum.
- d) Analisis terhadap peluang yang tersedia dari lingkungan (yang melahirkan pilihan-pilihan).
- e) Identifikasi atas pilihan yang dikehendaknya yang tidak dapat digenapi untuk memenuhi tuntutan misi perusahaan.
- f) Pemilihan strategi atas tujuan jangka Panjang dan garis besar strategi yang dibutuhkan untuk mncapai tujuan tersebut.
- g) Mengembangkan tujuan tahunan dan rencana jangka pendek yang selaras dengan tujuan jangka panjang dan garis besar strategi.
- h) Implementasi/Pelaksanaan atas hal-hal di atas dengan menggunakan sumber yang tercantum pada anggaran (*Budget*) dan memadukan rencana tersebut dengan sumber daya manusia, struktur, teknologi, dan sistem balas jasa yang memungkinkan.
- i) *Review* dan evaluasi atas hal-hal yang telah dicapai dalam setiap periode jangka pendek sebagai Hubungan masyarakat untuk melakukan control dan sebagai *input* bagi pengambilan keputusan pada masa depan. (Zainal Mukarom dkk, 61-62)

Program Strategi Hubungan Masyarakat (*public relations*)

Landasan umum dalam proses penyusunan strategi hubungan masyarakat (*public relations*), menurut Ahmad S. Adnanputra dalam makalah “*Hubungan masyarakat Strategy*” (1990), yang berkaitan dengan fungsi-fungsi hubungan masyarakat secara integral melekat pada manajemen suatu perusahaan atau lembaga. Adapun tahapan-tahapan strategi hubungan masyarakat (*public relations*) yaitu sebagai berikut.

- a) Mengidentifikasi permasalahan yang muncul.
 - b) Identifikasi unit-unit sasaran.
 - c) Mengevaluasi mengenai pola dan kadar sikap tindak unit sebagai sasarannya,
 - d) Mengidentifikasi tentang struktur kekuasaan pada unit sasaran.
 - e) Pemilihan opsi atau unsur taktikal strategi (*public relations*).
 - f) Mengidentifikasi dan evaluasi terhadap perubahan kebijakan atau peraturan dan lain sebagainya.
 - g) Langkah terakhir adalah menjabarkan strategi *public relations*, dan taktik atau cara menerapkan langkah-langkah program yang telah direncanakan, dilaksanakan, mengkomunikasikan, dan penilaian/evaluasi hasil kerja.
- 2) Komponen Pembentuk Strategi Hubungan masyarakat (*public relations*)

Setelah melalui tahapan penyelesaian studi kasus dan penyusunan program taktikal dan strategi *public relations* perlu diketahui

komponen-komponen “pembentuk strategi perusahaan” (*corporate strategy*). Dalam pembentukan strategi korporat, suatu strategi dipengaruhi oleh unsur-unsur tertentu yang berkaitan dengan lingkungan, kondisi, visi atau arah, tujuan dan sasaran dari suatu pola yang menjadi dasar budaya perusahaan bersangkutan (*corporate culture*) yaitu;

- a) Secara makro, lingkungan perusahaan/lembaga tersebut akan dipengaruhi oleh unsur-unsur: kebijakan umum *public policy*, budaya *culture* yang dianut, sistem perekonomian dan teknologi yang dikuasai oleh lembaga bersangkutan.
- b) Secara mikro, tergantung dari misi perusahaan sumber-sumber dimiliki (sumber daya manusia dan sumber daya guna lainnya yang dikuasai), sistem pengembagaan, dan rencana atau Hubungan masyarakatogram dalam jangka pendek atau jangka panjang, serta tujuan dan sasarannya yang hendak dicapai.

3) Strategi Operasional Hubungan masyarakat (*public relations*)

Hubungan masyarakat berfungsi untuk menciptakan iklim yang kondusif dalam mengembangkan tanggung jawab serta partisipasi antara pejabat hubungan masyarakat dan masyarakat (khalayak sebagai sasaran) untuk mewujudkan tujuan bersama. Fungsi tersebut dapat diwujudkan melalui beberapa aspek-aspek pendekatan atau strategi hubungan masyarakat.

- a) Strategi Operasional

Melalui pelaksanaan program hubungan masyarakat yang dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan (*social aproach*), melalui mekanisme soal kultura dan nilai-nilai yang berlaku dimasyarakat dari opini publik atau kehendak masyarakat terekam pada setiap berita atau surat pembaca dan lain sebagainya yang dimuat diberbagai media massa.

b) Pendekatan persuasif dan edukatif

Fungsi hubungan masyarakat adalah menciptakan komunikasi dua arah (timbang balik) dengan menyebarkan informasi dari lembaga kepada pihak publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan, maupun dengan melakukan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan sebagainya.

c) Pendekatan tanggung jawab sosial Hubungan masyarakat

Menumbuhkan sikap tanggung jawab sosial bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan ditujukan untuk mengambil keuntungan sepihak dari publik sarasannya (masyarakat), namun untuk memperoleh keuntungan bersama.

d) Pendekatan kerja sama

Berupaya membina hubungan yang harmonis antara lembaga dengan berbagai kalangan, baik hubungan kedalam (*internal relations*) maupun hubungan ke luar (*eksternal relations*) untuk meningkatkan kerja sama. Hubungan masyarakat berkewajiban memasyarakatkan misi instansi yang diwakilinya agar diterima oleh

atau mendapat dukungan masyarakat (publik sasarannya). Hal ini dilakukan dalam rangka menyelenggarakan hubungan baik dengan publiknya (*community relations*), dan untuk memperoleh opini publik serta perubahan sikap yang positif bagi kedua belah pihak (*mutual understanding*).

e) Pendekatan koordinatif dan integratif

Untuk memperluas peranan hubungan masyarakat di masyarakat, maka fungsi hubungan masyarakat dalam arti sempit hanya mewakili lembaga/institusinya. Tetapi peranannya yang lebih luas adalah berpartisipasi dalam menunjang program pembangunan nasional, dan mewujudkan Ketahanan Nasional dibidang politik, ekonomi, sosial budaya (Poleksosbud) dan Hankamnas.

4) Hubungan masyarakat (*public relations*) dan Media

Media dapat diartikan sebagai:

- a) Saluran
- b) Sarana penghubung
- c) Alat-alat komunikasi

Dalam kaitannya dengan *public relations*, media adalah berbagai macam sarana penghubung yang dipergunakan seorang hubungan masyarakat (mewakili lembaga) dengan publiknya, yaitu publik internal maupun publik eksternal untuk membantu pencapaian tujuan. Penggunaan media dalam hubungan masyarakat yang pertama adalah untuk membantu mempromosikan dan meningkatkan pemasaran suatu produk dan jasa. Melalui media pemasaran suatu produk akan lebih

mudah karena publik akan lebih cepat mengenal suatu hubungan masyarakat. Tujuan yang kedua adalah menjalin komunikasi berkesimbangan; media membantu suatu lembaga atau perusahaan untuk mempermudah berkomunikasi secara terus menerus kepada publik.

Yang ketiga adalah meningkatkan kepercayaan publik; demi tercapainya fungsi hubungan masyarakat (*Public Relations*) media sangat diperlukan untuk memperoleh itikad baik dan kepercayaan dari publik dan masyarakat pada umumnya. Tujuan media yang terakhir adalah meningkatkan citra baik perusahaan/ lembaga; media merupakan sarana untuk untuk meningkatkan citra perusahaan karena melalui media publik akan dapat menilai suatu perusahaan/ lembaga.

Apa artinya media menguasai kekuasaan publik? Setiap muncul media komunikasi baru, orang pasti tertarik untuk mengetahui, bahkan mungkin ada keinginan untuk menguasainya. Bisa terjadi dalam arti positif, misalnya untuk suatu produk baru yang mengalami perbaikan karena kemajuan teknologi yang bisa menguntungkan publik, bisa jadi berarti negative, misalnya karena dengan munculnya informasi lewat media tersebut kekuatan publik tak mampu mengelaknya. Misalnya saja dengan seni music/rock, film dan masih banyak yang lain yang sebenarnya bisa memberi pengaruh negative karena publik bisa didorong, dirangsang untuk menerima, bisa lebih parah lagi, kalau terjadi seperti alat injeksi sehingga dorongan dari dalam akan menjadi sangat kuat sehingga dapat mempengaruhi perilaku.

Apa yang dapat dilakukan media terhadap publik? Atau sebaliknya, apa yang dilakukan publik terhadap media? Banyak penelitian yang dilakukan dan juga pengamatan yang disimpulkan sebagai suatu pendekatan *uses and gratifications*. Terutama hasil penelitian dan Berelson pada tahun 1940 an, tentang reaksi publik di New York terhadap pemogokan terhadap surat kabar.

5) Hubungan masyarakat (*Public Relation*) Online

Hubungan masyarakat *Public Relation* pada saat ini sudah mulai berkembang penggunaannya. Penggunaan media dem tercapainya tujuan *public relation* untuk membentuk opini publik telah berkembang sesuai zaman. Media berkembang tidak hanya dapat digunakan secara searah namun juga media dapat melakukan komunikasi dua arah. Hubungan masyarakat memanfaatkan internet untuk menghubungkan bisnis atau individu dengan publik untuk meningkatkan keingintahuan mereka terhadap hal-hal up-to-date, mengembangkan image dan kepercayaan, demi menghindari krisis komunikasi.

Manajemen krisis merupakan suatu aktifitas dalam suatu lembaga/ perusahaan yang sering diabaikan. Internet telah membuat penanganan krisis menjadi semakin buruk. Berkat era informasi dn begitu banyaknya model komunikasi, krisis dapat mengubah keadaan semula yang tidak tahu apa-apa menjadi memanfaatkan berbagai faktor dengan mengambil berbagai keputusan atau tindakan yang sangat cepat. Selama krisis, perusahaan dan para eksekutif dihadapkan pada posisi pengambilan keputusan kritis di bawah keadaan: tekanan yang begitu

intens, tingkat stress yang tinggi, ketelitian dan kecermatan terhadap faktor lingkungan eksternal, tekanan waktu cukup dramatik, ketidakjelasan informasi.

Terdapat beberapa krisis yang berawal dari net dan kemudian menjadi subjek diskusi dan publikasi secara online. Hal yang paling penting adalah merencanakan apa yang harus dilakukan untuk menghadapi krisis. Dunia internet telah menjadi tempat bagi orang yang menjadi informasi terbaru tentang krisis atau hal-hal yang tidak terduga. Bahkan, saat ini internet telah menjadi suatu sarana yang tidak dapat dilepaskan untuk mengeksHubungan masyarakatesikan perasaan, pendapat dan sikap tentang berbagai berita yang penting untuk kita. Biasanya orang mengandalkan internet untuk mendapatkan informasi terkini, dengan membuka home page untuk mencari internet.

Home page adalah tempat pertama yang mewakili penglihatan publik sebagai respon informasi pada sebuah krisis. Mempunyai sebuah template untuk homepage berarti bersiap-siap untuk singgah pada krisis yang berhubungan dengan informasi. Pendekatan *home page* tidak dibatasi, karena dapat dilakukan sesering mungkin, menempatkan kembali halaman depan yang ada (khususnya jika hal itu difokuskan pada pemasaran) supaya dapat menyelamatkan krisis tersebut.

Dalam hal ini dapat mrnyediakan sebuah link pada regular home page. Sehingga, semua yang dating mencari informasi khusus masih dapt menemukannya. Kita dapat menyediakan sebuah link yang mudah pada home page, di mana informasi tentang krisis digabungkan.

Kuncinya, jangan membuat orang menggali informasi tersebut. Yakinlah hal itu memperjelas bahwa kita sedang menyelamatkan krisis dan informasi yang tersedia pada web-site.

6) Perbedaan Antara Hubungan Masyarakat (*Public Relation*) *Online* dan Hubungan Masyarakat (*Public Relation*) *Offline*

Hubungan masyarakat (*Public Relation*) online adalah kegiatan hubungan masyarakat yang berhubungan dengan media, komunitas dan *public* yang ada dalam channel-channel internet. Hal ini termasuk *search engines, blogs, news search, forums, discussion threads, social networks* dan alat komunikasi online lainnya. Reputasi dan manajemen merupakan fokus utama dalam hubungan masyarakat online. Sedangkan hubungan masyarakat (*public relation*) offline memiliki konsep yang sama dengan hubungan masyarakat online hanya saja medianya menggunakan media cetak, radio, atau televisi, meskipun ada beberapa dari media internet yang termasuk dalam *public relation* 'online' yang 'offline'.

Dunia hubungan masyarakat pada saat ini bisa dibilang memasuki masa keemasan, karena teknologi internet pada saat ini telah membawa praktisi mampu mencapai publik sasaran secara langsung, tanpa intervensi dari pihak-pihak lain, seperti redaksi atau wartawan di media massa, yang biasanya bertindak sebagai penjaga gawang pesan komunikasi dan melakukan penyensoran terhadap pesan informasi hubungan masyarakat bagi khalayak (publik).

Beberapa hal yang dapat dilakukan oleh hubungan masyarakat online adalah:

- a) Hubungan masyarakat harus menyadari bahwa *public* dapat mengakses semua Proses Release atau News Release yang dikirimkan melalui internet atau erver, dengan menggunakan kata-kata yang mudah dicari dan dipahami publik.
- b) Publik dapat mengakses *Prosess Relase* dalam *home page* yang ada di *home page* perusahaan.
- c) Hubungan masyarakat dapat membuat *mallng list* dari publiknya. *Malling list* adalah prangkat elektronik yang dapat menyebarkan *Prosess Release* kepada publiknya melalui kotak e-mail.

Semua aktivitas hubungan masyarakat diatas, yang melalui internet tersebut memungkinkan hubungan masyarakat menjalin hubungan baik untuk mempertahankan dukungan publik internal dan eksternal. Publik akan sangat tergantung pada hubungan masyarakat sebagai sumber informasi berita yang tidak tersaji di surat kabar dan media massa lainnya. Melalui internet hubungan masyarakat dapat menghemat biaya dibanding harus mengirim *Prosess Release* melalui pos atau faks.

Cara melakukan hubungan masyarakat online adalah dengan mempublikasikan secara offline maupun online, melakukan 'Hubungan masyarakat online' secara offline adalah melalui website, email ataupun blog yang tidak memungkinkan melakukan komunikasi dua arah dengan publik secara online atau secara langsung. Sedangkan

melakukan hubungan masyarakat online secara online adalah melalui twitter atau melalui facebook, yang memungkinkan untuk berkomunikasi dengan *public* secara online, meskipun pada saat ini sudah banyak blog yang bisa langsung terhubung dengan facebook ataupun twitter.

Melakukan hubungan masyarakat online melalui website ataupun blog akan mempermudah meng-up date berita-berita terbaru yang ingin kita sampaikan kepada publik secara detail dan lengkap. Melalui media-media tersebut pertanyaan-pertanyaan publik akan dijelaskan agar dapat diketahui oleh publik secara keseluruhan. Dengan menyajikan informasi tersebut secara online, para investor dan anggota komunitas financial dapat mengakses fakta dan data dengan sendirinya, sehingga tidak membebani hubungan masyarakat dengan pekerjaan itu.

Untuk membuat *Public relation* online diperlukan dasar-dasar agar suatu hubungan masyarakat online memiliki suatu standar yang dapat digunakan sebagai acuan atau pedoman dasar pembuatannya. Jika kesemua dasar telah dipenuhi, barulah suatu hubungan masyarakat online dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan atau penambahan kreativitas dalam hubungan masyarakat online tersebut. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam membuat *Public relation* Online adalah sebagai berikut:

- a) Kemampuan dalam penulisan dalam Hubungan masyarakat online. Reputasi suatu bisnis atau perusahaan bahkan politisi tergantung pada baik atau tidaknya strategi atau teknik.
- b) *Public relation*. Banyak politisi ataupun pemimpin perusahaan yang menyewa seorang *public relation* untuk membantu mereka dalam penyampaian berita atau pesan bahkan pada saat mengklarifikasi suatu masalah. Suatu penulisan dan penyampaian dengan kata-kata yang baik akan mempengaruhi public yang sangat dibutuhkan opininya demi tercapainya tujuan tertentu.
- c) Ikut dalam komunitas publik yang dapat membantu pengembangan bisnis atau lembaga. Kegiatan publik secara online dapat membantu untuk memperkenalkan produk terbaru yang ingin diperkenalkan dalam suatu bisnis. Dengan mengikuti komunitas-komunitas publik maka dengan mudah promosi akan dapat dilakukan sehingga dapat mempermudah mengembangkan bisnis. (Dakir 2018: 21)

7) *Public Relation Online* dan Promosi

Marketing dalam kegiatan humas didasarkan pada pemikiran untuk memenuhi kebutuhan, keinginan konsumen, yang merupakan instrument dalam pengembangan penjualan produk dan jasa, atau dengan kata lain merupakan strategi dalam kegiatan hubungan masyarakat untuk mengembangkan dan membuat maju, bersaing dengan lembaga yang bersangkutan.

Dalam strategi marketing, perusahaan harus memiliki strategi secara keseluruhan dan memilih dengan tepat apa saja yang dapat digunakan untuk mendukung tujuan bisnis. Meskipun dengan penggunaan internet yang dapat memberikan banyak keuntungan, tidak berarti para praktisi humas lantas menyepikan media lainnya. Media selain internet tetap menjadi bagian terpenting dalam melakukan penyebaran berita atau informasi humas. Oleh sebab itu, banyak perusahaan yang memilih untuk menggunakan humas online dan offline demi tercapainya target. Jika suatu perusahaan memiliki berita yang ingin dibagi dengan public, terkait hubungannya dengan reputasi perusahaan, maka penggunaan humas online akan sangat membantu untuk mempercepat penyampaian kepada publik. Dengan menggunakan blog perusahaan misalnya, atau dengan menulis pada social network perusahaan, maka penyampaian berita itu akan sangat cepat menyebar. Namun tidak menutup kemungkinan dengan menggunakan humas offline penyampaian berita itu akan menjadi lebih lama tersebar dikarenakan humas offline tidak cepat berubah.

8) Mengukur Efektivitas Kegiatan *Public Relation* Online

Bagaimana cara mengukur efektivitas hubungan masyarakat online yang telah dipublikasikan? Pengukuran efektivitas setiap kegiatan kehumasan harus didasarkan pada tujuan yang telah

ditetapkan. Penetapan tujuan tersebut dilaksanakan pada tahap perencanaan kegiatan-kegiatan komunikasi. Tujuan dari setiap kegiatan harus bisa diukur. Karena itu, tujuan harus didefinisikan secara kualitatif. Ukuran yang digunakan untuk mengukur kegiatan-kegiatan tersebut harus ditetapkan dengan mempertimbangkan beberapa faktor, yaitu faktor khalayak, faktor media dan faktor hasil.

Cara pengukuran efektivitas kegiatan ke hubungan masyarakatan tradisional tersebut berlaku juga dalam mengukur efektivitas kegiatan kemasyarakatan di internet. Tetapi, penggunaan teknologi baru dalam kegiatan humas menimbulkan tantangan-tantangan yang berat. Oleh karena itu, *Public Relation Officer* harus mampu yakin bahwa penggunaan teknologi baru dalam kegiatan ke hubungan masyarakatan dapat membantu pencapaian tujuan dan mampu mengembalikan investasi yang telah ditanam.

Sayangnya, pada umumnya pengujian efektivitas kegiatan kampanye komunikasi melalui internet lebih difokuskan pada alat, bukan pada hasilnya. Contohnya adalah pada banyak atau tidaknya pengunjung suatu hubungan masyarakat online. Untuk mengukur kegiatan kehumasan, jumlah ini seringkali diasumsikan sebagai suatu keberhasilan, padahal kenyataannya tidak demikian. Jumlah tersebut tidak bisa menunjukkan apakah suatu hubungan masyarakat online telah sasaran, atau apakah hubungan masyarakat online telah berhasil mempengaruhi opini, sikap, dan tingkah laku. (Dakir 2018: 25)

4. Konsep Perencanaan Hubungan Masyarakat

Penyelenggaraan pelayanan publik merupakan upaya negara untuk memenuhi kebutuhan dasar dan hak-hak sipil setiap warga negara atas barang, jasa, dan pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Landasan penyelenggaraan pelayanan publik di Indonesia tertuang dalam Undang-Undang Dasar 1945 (UUD 1945) yang mengamanatkan kepada negara agar memenuhi kebutuhan dasar setiap warganya demi kesejahteraan sehingga efektivitas suatu sistem pemerintahan sangat ditentukan oleh baik buruknya penyelenggaraan pelayanan publik. Penyelenggara pelayanan publik di Indonesia adalah semua organ negara seperti Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah. Hal itu dinyatakan secara tegas dalam pembukaan Undang-Undang Dasar 1945, bahwa “salah satu tujuan didirikan Negara Republik Indonesia adalah memajukan kesejahteraan publik dan mencerdaskan kehidupan bangsa.

Adapun model perencanaan hubungan masyarakat adalah apa yang disebut sebagai “model enam langkah”. Model ini sudah diterima secara luas oleh para praktisi hubungan masyarakat profesional.

a. Pengenalan Situasi

Sebelum merumuskan program hubungan masyarakat perlu diketahui langkah pertama. Langkah pertama yang dimaksud seperti contoh sebagai berikut: lembaga harus mengetahui secara pasti seperti apa citra lembaga tersebut dalam pandangan masyarakat. Beberapa cara dalam hubungan masyarakat dalam melakukan langkah pertama atau pengenalan situasi, ialah:

- 1) Survei-survei yang khusus diadakan untuk mengungkapkan pendapat, sikap masyarakat, respon/ tanggapan atau citra organisasi dalam pandangan masyarakat.
- 2) Pemantauan berita di media massa, baik media cetak maupun media elektronik (radio, televisi).
- 3) Tinjauan terhadap angka dan grafik serta penelaahan pada berbagai indikasi yang terkandung dalam laporan-laporan tahunan.
- 4) Tinjauan terhadap kondisi-kondisi persaingan pada sebuah lembaga.
- 5) Tinjauan terhadap fluktuasi citra sebuah lembaga terhadap pendapat masyarakat.
- 6) Situasi hubungan lembaga dan masyarakat (antara lain terwujud berupa frekuensi pemogokan dan protes terhadap suatu kebijakan dari pihak lembaga yang mencakup berbagai hal seperti gaji, fasilitas kerja, dan sebagainya).
- 7) Kondisi dan pengaruh cuaca (jika hal itu memang relevan bagi lembaga anda).
- 8) Frekuensi keluhan masyarakat penerimaan produk, serta laporan atas hasil uji coba produk dan fluktuasinya.
- 9) Kajian secara mendalam terhadap berbagai kekuatan pasar mulai dari yang bersifat ekonomis, sosial, hingga yang berdimesi politis.

b. Penetapan Tujuan

Setiap tujuan lembaga dalam pengertian yang luas akan jauh lebih mudah dijangkau apabila usaha mencapainya juga disertai dengan

kegiatan-kegiatan hubungan masyarakat, baik itu yang dilakukan oleh lembaga hubungan masyarakat oleh lembaga hubungan masyarakat eksternal. Seperti yang telah berulang kali ditegaskan pada paragraph-paragraph di atas, sehubungan dengan keterbatasan sumber daya, khususnya dana maka tidak semua tujuan tersebut bisa dicapai. Kita terpaksa harus memilih sebagian di antaranya yang relatif paling penting dan mendesak. Sisanya terpaksa ditunda untuk sementara waktu, atau bahkan dibatalkan sama sekali, jika persediaan sumber daya memang mengharusnya.

c. Definisi Masyarakat

Daftar masyarakat untuk berbagai lembaga sudah dibahas dalam Bab 1. Pada bagian ini, kita hanya akan membicarakan betapa pentingnya suatu lembaga mengenali dan membatasi masyarakat. Sebesar apa pun suatu lembaga ia tidak mungkin menjangkau semua orang. Ia harus menentukan sebagian di antaranya yang sekiranya paling sesuai atau yang paling dibutuhkannya.

Dengan jenis dan jumlah masyarakat yang lebih terbatas, suatu organisasi akan lebih efisien dalam menggarapnya, apalagi jika ini dikaitkan dengan kelangkaan sumber daya. Kalau masyarakat yang potensial ternyata terlalu luas atau bervariasi maka masyarakat hanya berfokus sebagian di antaranya. Walaupun untuk beberapa masyarakat kita bisa menjangkaunya sekaligus melalui media-media tertentu seperti surat kabar dan televisi.

Televisi memang media yang ampuh karena televisi bisa menjangkau semua masyarakat, mulai para pegawai dan pengelola

lembaga itu sendiri, para pemasok, investor, distributor, konsumen, sampai ke para pemimpin atau pencipta pendapat umum. Meskipun demikian, televisi tetap saja tidak memungkinkan kita mengirimkan pesan-pesan khusus ke berbagai macam masyarakat yang berlainan dalam waktu bersamaan. Ada kalanya penggunaan media televisi justru tidak bermanfaat dan hanya akan memboroskan dana saja.

d. Pemilihan Media dan Teknik Hubungan masyarakat

1) Media dan Teknik Hubungan masyarakat

Adapun beberapa macam media dan teknik humas adalah sebagai berikut:

- a) Kampanye periklanan dan kampanye humas ternyata sama-sama bisa menggunakan berbagai macam media. Sebagai contoh, iklan bisa saja ditempatkan di majalah mingguan yang penuh warna sampai ke selebaran-selebaran biasa. Namun, kita mengatakan bahwa dunia hubungan masyarakat dalam hal penggunaan media ini.
- b) Para praktisi hubungan masyarakat berhubungan dengan para editor, jurnalis, serta para produser TV dan radio, sedangkan para praktisi periklanan lebih banyak berhubungan dengan manajer iklan dari berbagai perusahaan dan petugas iklan di media masa.
- c) Iklan sifatnya jauh lebih komersial dibandingkan dengan hubungan masyarakat. Setiap kolom surat kabar atau waktu siaran radio bagi harus dibayar. Sedangkan kolom dan waktu siar untuk siar artikel hubungan masyarakat terkadang tidak harus dibayar. Pemuatan atau penyiaran suatu materi hubungan masyarakat tidak bisa disamakan

dengan iklan gratis dan nilainya tidak bisa dihitung begitu saja dengan satuan uang.

- d) Kampanye periklanan biasanya dilakukan terbatas pada media-media yang bisa diharapkan akan membuahkan hasil maksimal (misalnya lonjakan penjualan) dengan biaya serendah-rendahnya. Sedangkan kampanye hubungan masyarakat bersedia menggunakan media apa saja, asalkan bisa menjangkau sebanyak mungkin masyarakat. Dunia periklanan benar-benar serius dalam menghitung efektivitas dan efisiensi penyampaian pesan kepada masyarakat. Banyak lembaga yang tidak segan-segan menuangkan sejumlah besar dana untuk memperoleh data statistik guna memungkinkannya mengukur besar atau kecilnya potensi pasar (masyarakat konsumen). Setiap kegiatan iklan selalu dibandingkan dengan data-data penjualan harian, mingguan, atau bulanan yang tercatat setelah iklan tersebut dilancarkan. Mereka juga peka terhadap tirus atau angka sirkulasi dari setiap media cetak yang digunakannya untuk menyampaikan pesan iklan tersebut.
- e) Hubungan masyarakat memang secara umum tidak terlalu pilih-pilih media seperti iklan. Meskipun demikian, tidak semua media cocok untuk mengkampanyekan program-program hubungan masyarakat, sehingga pemilihan media pun harus dilakukan secara cermat. Jika dunia periklanan selalu memilih tempat-tempat tertentu yang paling menjanjikan keberhasilan (transaksi penjualan), maka demikian pula halnya dengan pesan-pesan hubungan masyarakat, walaupun harus

diakui bahwa pemilihan media bagi hubungan masyarakat tidak perlu seketat iklan. Lagi pula, jenis media yang bersedia baginya memang lebih banyak, termasuk pula media-media yang bersifat khusus seperti jurnal-jurnal internal, film-film dokumenter, *slide* atau rekaman video. Jelasnya, perbedaan antara media hubungan masyarakat dan media iklan akan mudah dimengerti apabila kita menyadari bahwa tujuan hubungan masyarakat memang tidak sama dengan tujuan iklan.

- f) Di atas sudah disinggung bahwa tidak seperti dunia periklanan, dunia kehumasan dapat menggunakan berbagai media khusus seperti jurnal-jurnal internal, buletin, atau sekedar majalah dinding. Peranan media khusus itu menjadi sangat penting seandainya organisasi yang bersangkutan tidak menyediakan anggaran untuk biaya pemakaian media komersial seperti koran atau majalah. Sebagai contoh lembaga yang bergerak dalam bidang jarang kehumasan memasang iklan pada majalah atau koran. Mereka biasanya memiliki sesuatu terbitan sendiri yang disebarluaskan kepada masyarakat terbatas. Apabila sebuah lembaga merambah di sebuah media komersial, lembaga yang berkembang ternyata masih mengandalkan media-media khusus.

2) Jenis-Jenis Media Humas

Setelah mengetahui situasi secara jelas, kita dapat segera mempelajari daftar pilihan media humas beserta berbagai tujuan dan jenis masyarakat yang hendak dituju sebagai landasan pemilihan media.

Apa yang tercantum di bawah ini adalah media-media utama bagi kegiatan humas. Tentu saja dalam prakteknya masih banyak lagi jenis media yang digunakan. Namun pada bagian pembahasan ini, sudah cukup apabila kita memahami media-media humas yang pokok, yaitu:

- 1) Media pers media ini terdiri dari berbagai macam koran yang beredar di masyarakat secara umum, baik yang berskala 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.
- 2) Audio-visual media ini terdiri dari *slide* dan kaset video atau bisa juga golongan film-film dokumenter.
- 3) Radio kategori ini meliputi semua jenis radio, mulai dari yang berskala local, nasional hingga internasional, baik yang dipancarkan secara luas maupun yang dikemas secara khusus (jenis siarannya atau cakupan pendengarannya terbatas).
- 4) Televisi Sama halnya dengan radio, televisi yang digolongkan sebagai media hubungan masyarakat tidak hanya televisi nasional atau regional tapi juga televisi internasional, termasuk pula sistem-sistem *teletex* seperti Prestel, Oracle, dan Ceefax, yakni perangkat yang memungkinkan pemakaian memperoleh informasi-informasi yang dibutuhkan melalui siaran televisi terbatas.
- 5) Pameran (*exhibition*): dalam melaksanakan suatu program atau kampanye hubungan masyarakat, para praktisi hubungan masyarakat juga sering memanfaatkan acara pameran. Misalnya adalah

pameran perdagangan luar negeri, khusus untuk memperkenalkan produk baru, dan sebagainya. 6) Bahan-bahan cetakan yakni berbagai macam bahan cetakan yang bersifat mendidik, informatif, dan menghibur yang disebarakan dalam berbagai bentuk guna mencapai tujuan hubungan masyarakat. 7) Penerbitan buku khusus (*sponsored books*) isi buku ini bisa bermacam-macam, misalnya saja mengenai seluk-beluk organisasi, petunjuk lengkap mengenai penggunaan Hubungan produk atau bisa juga keterangan tentang berbagai aspek yang berkenaan dengan produk atau organisasi itu sendiri. 8) Surat langsung (*direct mail*) media ini lazim juga digunakan sebagai alat penyampai pesan kehumasan. Surat humas seperti ini tidak hanya ditujukan kepada tokoh atau pribadi tertentu saja, tapi juga kepada berbagai macam lembaga yang sekiranya relevan, atau untuk dipajang ditempat-tempat umum. 9) Pesan-pesan lisan (*spoken word*) penyampaian hubungan masyarakat tidak hanya dilakukan lewat media massa tapi juga bisa dilangsungkan dalam berbagai kesempatan seperti dalam acara sarapan pagi bersama, di sela-sela pertemuan dinas, dalam pembicaraan telepon, atau dalam suatu seminar. 10) Pemberian sponsor (*sponsorship*) organisasi atau perusahaan bisa pula menjalankan kegiatan hubungan masyarakatnya melalui penyediaan dana atau dukungan tertentu atas penyelenggaraan suatu acara seni, olahraga, ekspedisi, beasiswa universitas, sumbangan amal, dan sebagainya. Kegiatan penyediaan sponsor ini juga sering dilakukan dalam rangka melancarkan suatu iklan atau mendukung usaha-usaha pemasaran.

Dalam setiap sponsor selalu terkandung elemen hubungan masyarakat, karena disitu terdapat niat baik organisasi yang memberikannya. 11) Jurnal organisasi (*house journals*) istilah ini memiliki bermacam-macam padanan, mulai dari “jurnal internal”, “buletin terbatas” sampai ke “koran perusahaan”. Namun, semua istilah itu mengacu pada suatu bentuk terbitan dari sebuah perusahaan atau organisasi yang sengaja dibuat dalam rangka mengadakan komunikasi dengan masyarakatnya. Ada dua macam jurnal, yakni (1) jurnal yang seratus persen bersifat internal (jangan kacaukan hal ini dengan istilah “jurnal internal”), baik yang itu berupa paparan berita atau siaran berita (*news letter*), majalah atau koran terbatas yang hanya dibagikan kepada para pegawai, pimpinan, pemegang saham, anggota, atau para pelanggan; dan; dan (2) jurnal eksternal yakni suatu terbitan yang tidak hanya ditujukan kepada orang-orang dalam, tapi lebih bahkan ditujukan kepada pihak-pihak luar mulai dari para distributor, konsumen, atau para pencipta pendapat umum. Jurnal eksternal yang sudah mapan sering dikutip oleh media massa sehingga fungsinya sebagai penyebar pesan hubungan masyarakat menjadi efektif.

Media tersebut berkembang demikian pesat dewasa ini. Perkembangannya semakin cepat sejalan dengan kemajuan teknologi informasi mulai dari perangkat komputer, teknik *editing desk-top*, pengiriman berita secara kilat (*electronic mail*), sampai dengan transmisi satelit secara internasional. Sebagai konsekuensinya, keseluruhan proses produksi dan pengelolaan jurnal internal telah mengalami

revolusi yang cukup drastis. Tidak mengherankan apabila pemakaian jurnal itu sebagai media Hubungan masyarakat juga semakin meluas.

(Anggoro, 2008 : 86)

3) Pengaturan Anggaran

Para perencana media humas juga harus memperhitungkan media mana yang harus digunakan untuk menjangkau masyarakat yang telah dipilih, tentunya sesuai dengan keterbatasan anggaran yang ada. Anggaran tersebut terkadang dijadikan faktor kelima dalam model perencanaan humas, tetapi juga tidak jarang hal ini dipisahkan dan ditentukan lebih dahulu sebelum keseluruhan proses perencanaan dimulai.

Secara umum, humas merupakan kegiatan yang padat karya, sehingga pos pengeluaran tersebut tersebar dihasilkan untuk membayar pemakaian jam kerja alias gaji personel. Pos pengeluaran lain yang cukup besarakan tercipta bila pelaksanaan kegiatan humas itu juga melibatkan pemakaian alat-alat canggih seperti kamera video, komputer, hingga mesin cetak modern. (Anggoro, 2008 : 87).

4) Pentingnya anggaran

Ada pun arti penting dari penyusunan anggaran atau penganggaran (*bud-getting*) bersumber dari adanya sejumlah alasan sebagai berikut.

- a) Untuk mengetahui seberapa banyak dana yang diperlukan dalam rangka membiayai suatu program atau kampanye humas.

- b) Sebaliknya, dengan penganggaran akan dapat diketahui program-program humas apa saja yang bisa dilaksanakan tanpa sedikit pun melanggar batasan jumlah dana yang tersedia.
- c) Setelah program dan jumlah biaya yang diperlukannya diketahui secara pasti maka anggaran dapat berfungsi sebagai suatu pedoman atau daftar kerja yang harus dipenuhi. Daftar ini dapat diatur susunannya sehingga menyerupai sebuah jadwal kerja yang rapi.
- d) Anggaran memaksakan disiplin pengeluaran dana sehingga mencegah terjadinya pemborosan atau pengeluaran yang berlebihan dan tidak perlu, sehingga segala sesuatu yang berkaitan dengan soal pengeluaran atau pembiayaan akan berjalan tepat sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.
- e) Setelah suatu kampanye atau program hubungan masyarakat dirampungkan maka hasil-hasilnya dapat dibandingkan dengan anggaran tadi guna mengetahui apakah dana yang disediakan sudah memadai, atau sebaliknya apakah program yang telah berlangsung itu cukup efisien dari segi biaya. Atas dasar perbandingan tersebut juga dapat diketahui sektor pengeluaran mana yang alokasi dananya perlu ditambah atau dikurangi. (Anggoro, 2008 : 87)

5) Unsur-unsur Anggaran Hubungan Masyarakat

Pada umumnya, suatu anggaran humas memiliki unsur-unsur atau pos-pos pengeluaran pokok sebagai berikut.

- a) *Tenaga Kerja*: Pos anggaran ini tidak hanya meliputi imbalan atau gaji bagi para praktisi hubungan masyarakat, tetapi juga imbalan

bagi segenap staf pendukung, yakni mulai dari para sekretaris, juru tulis, akuntan, resepsionis, kurir, dan petugas-petugas lain yang bekerja di suatu departemen hubungan masyarakat atau konsultan hubungan masyarakat.

b) *Biaya Tetap*: Pos ini terdiri dari biaya-biaya baku atau tetap seperti biaya sewa gedung, bunga pinjaman, biaya asuransi, listrik, biaya pemakaian alat pemanas atau pendingin ruangan, ongkos jasa kebersihan dan lain sebagainya.

c) *Materi atau Peralatan*: Pos ini mencatat berbagai macam pengeluaran untuk pengadaan berbagai macam peralatan seperti alat-alat tulis, perabot kantor, Hubungan masyarakat, fotokopi, gerai atau *stand* pameran, alat-alat bantu visual, kamera dan film, *slide*, kaset video *tape* perekam, dan sebagainya.

d) *Kas Kecil*: pos ini disediakan untuk menutup berbagai macam keperluan yang sifatnya insidental seperti ongkos perjalanan, sewa ruangan hotel, ongkos jamuan, dan sebagainya. (Anggoro, 2008 : 88)

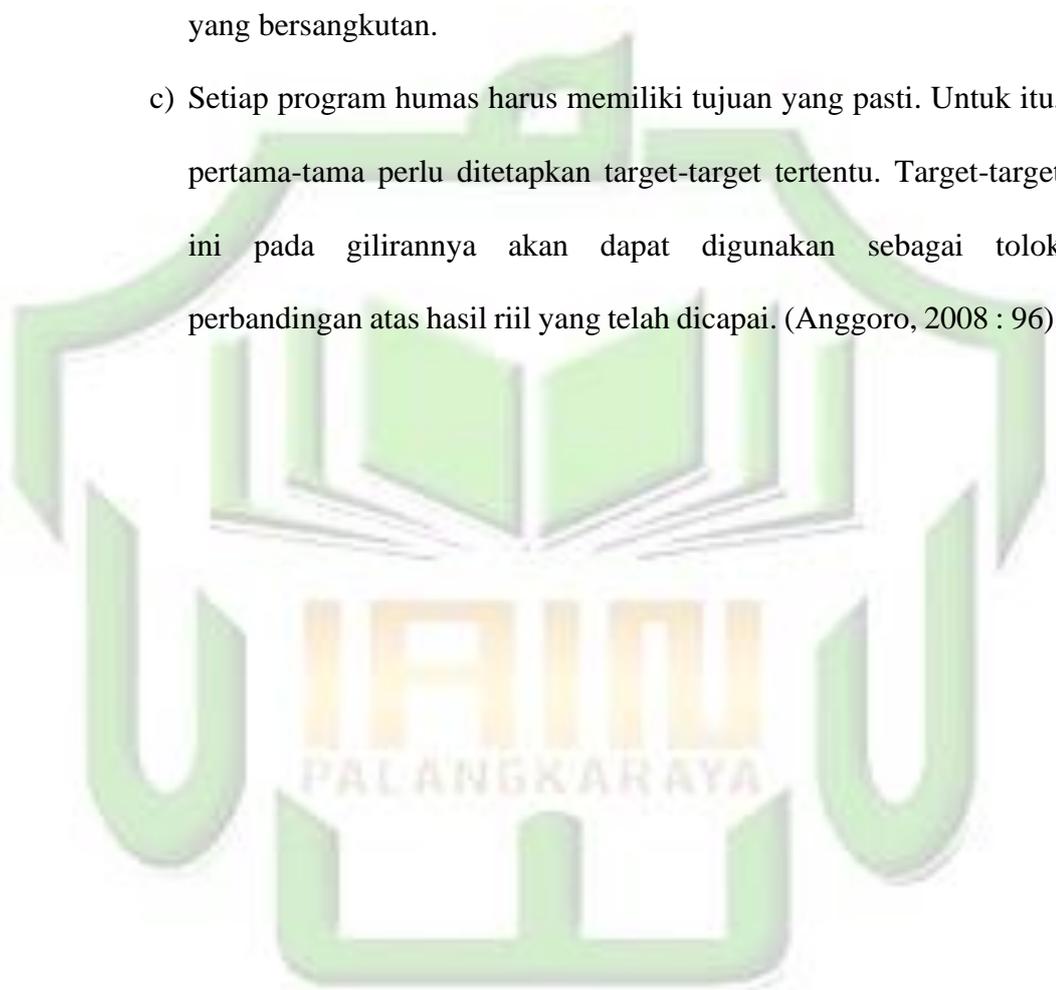
6) Pengukuran Hasil Kegiatan Hubungan Masyarakat

Apabila anggaran dapat dipandang sebagai faktor kelima dari model perencanaan humas maka pengukuran hasil merupakan faktor yang keenam. Ada tiga hal terpenting berkenaan dengan pengukuran hasil ini.

a) Teknik-teknik yang digunakan untuk mengenali situasi sering kali juga dimanfaatkan guna mengevaluasi berbagai hasil yang telah dicapai dari segenap kegiatan-kegiatan humas yang telah

dilaksanakan. Metode pengumpulan pendapat atau uji sikap (*attitude test*) merupakan dua metode yang paling lazim digunakan.

- b) Metode-metode evaluasi hasil biasanya diterapkan pada tahapan perencanaan. Namun bila perlu, penyesuaian bisa pula dilakukan selama berlangsungnya proses pelaksanaan dari program humas yang bersangkutan.
- c) Setiap program humas harus memiliki tujuan yang pasti. Untuk itu, pertama-tama perlu ditetapkan target-target tertentu. Target-target ini pada gilirannya akan dapat digunakan sebagai tolok perbandingan atas hasil riil yang telah dicapai. (Anggoro, 2008 : 96).



B. Kerangka Berfikir dan Pertanyaan Penelitian

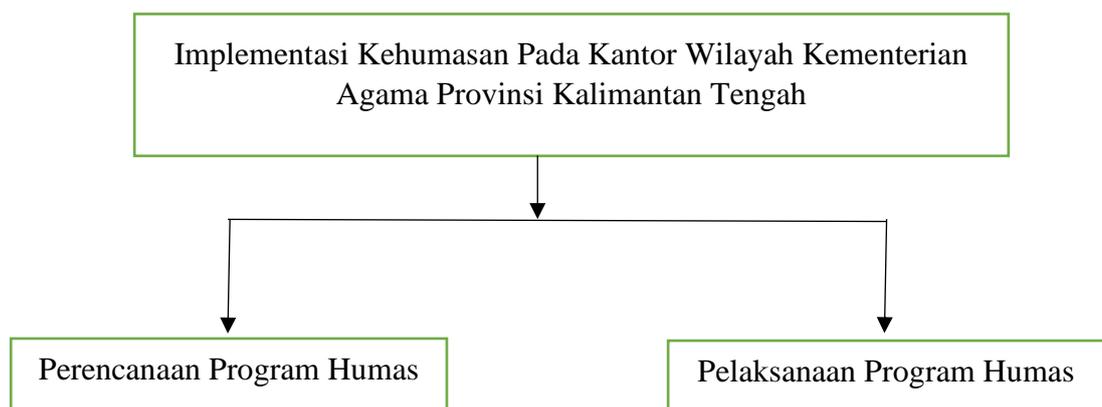
1. Kerangka Berfikir

Hubungan masyarakat merupakan suatu manajemen komunikasi yang dilaksanakan oleh suatu lembaga atau lembaga dalam rangka mengembaga dan mengkomunikasikan segala sesuatu guna mencapai saling pengertian dan menjalin hubungan baik antara lembaga dengan publiknya baik intern maupun ekstern, sehingga tercipta suatu opini publik yang positif yang dapat memberikan keuntungan bagi lembaga atau lembaga yang bersangkutan.

Hubungan masyarakat itu orang atau pekerjaan sebagai penyampai informasi atau public relation, sedangkan ke hubungan masyarakatan pelaksanaan fungsi humas. Mengingat tugas humas (*public relations*) sangat berpengaruh pada tercapainya tujuan dari lembaga, maka dalam penelitian ini akan dilihat bagaimana manajemen yang terdiri dari perencanaan, implementasi/ pelaksanaan dari kegiatan humas yang dilaksanakan oleh Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah.

Ada 2 humas yang dilakukan untuk menjalankan pengelolaan lembaga yaitu : perencanaan program humas dan pelaksanaan humas.

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



2. Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut :

a. Perencanaan Program Humas

- 1) Siapa saja yang terlibat dalam perencanaan program humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah?
- 2) Kapan perencanaan program humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah?
- 3) Bagaimana perencanaan program humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ?
- 4) Apa saja perencanaan program humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ?
- 5) Bagaimana analisis dalam perencanaan program humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ?
- 6) Siapa yang menjadi sasaran dalam program humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah?

b. Pelaksanaan Program Humas

- 1) Apa saja yang terlaksana dari perencanaan humas dari awal tahun sampai akhir tahun di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ?
- 2) Apa tujuan dalam pelaksanaan program humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ?
- 3) Bagaimana pelaksanaan program humas di Subbag Umum dan pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ?
- 4) Kendala apa dalam pelaksanaan program humas di Subbag Umum dan Hubungan masyarakat pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ?
- 5) Bagaimana cara mengatasi kendala dalam pelaksanaan program humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ?
- 6) Bagaimana cara menyaring masukan dari 13 kabupaten 1 kota ?
- 7) Program humas apa saja yang sudah dilaksanakan pada Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ?
- 8) Apakah selama ini keterbukaan informasi sudah dijalankan oleh Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ?

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian yang mendalam tentang tulisan, tingkah laku, dan ucapan yang dapat diamati dari seseorang atau individu, kelompok, masyarakat, organisasi tertentu dalam suatu konteks *setting* tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan *holistic*.

Pendekatan kualitatif merupakan mekanisme kerja peneliti tidak berpedoman pada statistik atau matematika yang pengukuran hasil penelitian dimuat dalam skor atau angka tetapi dengan mengkategorikan nilai atau kualitasnya. Penelitian dengan menggunakan metode deskripsi yaitu Hubungan masyarakatoses kerja yang mempunyai tujuan untuk melukiskan, menggambarkan, atau menjelaskan situasi atau objek yang diteliti sesuai realita yang ada (Ruslan, 2010:215).

Penelitian ini difokuskan pada Implementasi Kehumasan pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah khususnya terkait dengan Implementasi kehumasan. Data yang dikumpulkan melalui beberapa sumber, selanjutnya dianalisis satu persatu menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan logis, yang nantinya dapat mengungkapkan secara konkrit.

B. Tempat Dan Waktu Penelitian

Adapun untuk tempat dan waktu penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Palangka Raya. Jl. Brigjen Katamso No.3, Palangka, Kec. Jekan Raya, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah 73112.

2. Waktu Penelitian

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan (Bulan)					
		Des 2020	Feb 2021	Mar 2021	Apr 1 2021	Juni 2021	Sept 2021
1	Menyusun proposal skripsi	√					
2	Seminar propoal skripsi dan Menyusun instrument penelitian		√				
3	Menggali dan menganalisa data penelitian			√	√		
4	Menyusun laporan hasil penelitian					√	
5	Ujian skripsi						√

C. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian menurut Arikunto (2006:149) merupakan alat bantu bagi peneliti dalam mengumpulkan data, sedangkan menurut Suharsimi Arikunto dalam buku edisi sebelumnya adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis, sehingga mudah diolah.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah instrumen pokok dan instrumen penunjang. Instrumen pokok adalah peneliti sendiri, sedangkan instrumen penunjang adalah pedoman observasi, pedoman wawancara, dan pedoman dokumentasi, sesuai pedoman Suharsimi Arikunto.

D. Sumber Data Penelitian

Adapun sumber data dari penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Data Penelitian

Pada penelitian ini data yang akan dicari adalah antara lain, Implementasi/Pelaksanaan dan Kendala Kehumasan di Kantor Wilayah Kementerian Agama Hubungan masyarakat Provinsi Kalimantan Tengah Palangka Raya.

Data yang digunakan dalam penelitian terdiri atas dua macam, yaitu:

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2013: 225), data primer adalah data yang bersumber dari informan secara langsung yang ditemui di lapangan atau lokasi penelitian. Dalam setiap penelitian, sumber data berasal dari *key*

informations. Pada penelitian ini Kepala Kantor Wilayah, Kepala Bagian Tata Usaha, Kepala bagian Umum dan Humas, Pengelolaan Kehumasan di Subbagian Umum dan Humas.

b. Data sekunder

Data sekunder diperoleh dari sumber data ketiga yakni paper dengan menggunakan teknik dokumentasi, (Sugiyono 2013: 225). Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data/informasi kepada peneliti yang diperoleh dari pihak lain selain dari sumber primer, dan berfungsi sebagai data pendukung penelitian.

2. Sumber Data Penelitian

Dokumen kegiatan perencanaan, dokumen pelaksanaan, dan dokumen hasil evaluasi Selain dokumen yang telah disebutkan, hasil wawancara juga merupakan data akan disajikan, dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada Kantor Kementerian Agama Wilayah Kalimantan tengah yaitu Kepala bagian Umum dan Humas, serta Staff Pengelolaan Kehumasan di Subbagian Umum dan Humas.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik yang digunakan penulis dalam pengumpulan data yaitu menggunakan teknik pengumpulan data kualitatif. Yang tentunya teknik pengumpulannya terbagi atas antara lain, wawancara, observasi, dan dokumentasi.

1. Wawancara

- a. Persiapan wawancara, pada tahap ini, perencanaan melakukan wawancara harus dilakukan seoptimal mungkin. Secara normatif, persiapan wawancara meliputi pembuatan interview guide atau panduan wawancara, menulis daftar informan yang potensial, meminta nomor kontak informan, membuat janji dengan informan, dan mempersiapkan peralatan seperti perekam, surat ijin penelitian, proposal penelitian buku tulis dan pulpen serta dokumen pertanyaan yang dibutuhkan untuk wawancara.
- b. Proses wawancara, Setelah persiapan matang dan waktu wawancara telah tiba, berada di tempat yang telah dijanjikan sebelum jam pertemuan wawancara yang telah disepakati. Mengajukan pertanyaan yang telah disiapkan terlebih dahulu secara berurutan, menulis dan merekam wawancara. Pada proses wawancara berpedoman pada :
 - 1) Pedoman wawancara tentang perencanaan program humas
 - a) Siapa saja pihak-pihak yang terlibat dalam perencanaan program humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ?
 - b) Kapan waktu perencanaan program humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ?

- c) Kapan perencanaan program humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ?
 - d) Bagaimana menyaring masukan dari 13 kabupaten 1 kota pada Kantor Wilayah Kementrian Provinsi Kalimantan Tengah ?
 - e) Bagaimana analisis perencanaan program humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ?
 - f) Siapa sasaran perencanaan program humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ?
- 2) Pedoman Wawancara tentang pelaksanaan humas
- a) Apa program yang terlaksana dari perencanaan humas dari awal tahun sampai akhir tahun di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ?
 - b) Apa saja tujuan pelaksanaan program humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ?
 - c) Kapan pelaksanaan program humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ?

- d) Kendala apa saja dalam pelaksanaan program humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ?
- e) Bagaimana cara mengatasi kendala dalam pelaksanaan program humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ?
- f) Bagaimana menyaring masukan dari 13 kabupaten 1 kota dalam pelaksanaan program humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ?
- g) Apa saja program humas yang sudah dilaksanakan pada Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ?
- h) Apakah selama ini keterbukaan informasi sudah dijalankan oleh Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ?

2. Observasi

Teknik ini digunakan untuk merekam data-data primer berupa peristiwa atau situasi sosial tertentu pada lokasi peneliti yang berhubungan dengan fokus penelitian.

Observasi untuk tujuan empiris mempunyai tujuan bermacam-macam. Observasi juga memiliki fungsi bervariasi. Tujuan dari observasi

berupa deskripsi, melahirkan teori dan hipotesis (pada penelitian kualitatif), atau menguji teori dan hipotesis (pada penelitian kuantitatif). Fungsi observasi secara lebih rinci terdiri dari deskripsi, mengisi, dan memberikan data yang dapat digeneralisasikan. Deskripsi, berarti observasi digunakan untuk menjelaskan, memberikan, dan merinci gejala yang terjadi, seperti seorang laboran menjelaskan Hubungan masyarakat sedur kerja atom hidrogen, atau ahli komunikasi menjelaskan secara rinci prosedur kerja di stasiun televisi. Mengisi data, memiliki maksud bahwa observasi yang dilakukan berfungsi melengkapi informasi ilmiah atas gejala sosial yang diteliti melalui teknik-teknik penelitian. (Hasanah, 2017) Pedoman pelaksanaan observasi sebagai berikut :

- a. Panduan observasi terhadap Kepala Kantor Wilayah
 - 1) Penentuan kedatangan dan pembuatan rencana observasi
 - 2) Pertemuan kanwil kemenag dan wawancara Kakanwil
 - 3) Menyusun kegiatan
 - 4) Menyusun laporan kegiatan saat bagian huma menyelenggarakan.
 - 5) Kegiatan pengamatan terhadap proses kehumasan dari perencanaan hingga evaluasi
- b. Panduan observasi terhadap Kepala Bagian Tata Usaha
 - 1) Merancang kegiatan supervisi kehumasan
 - 2) Kegiatan observasi dalam kehumasan

- 3) Pemangamatan kinerja staf pelaksana kehumasan
 - 4) Pertemuan dengan Kepala Bagian Tata Usaha
 - 5) Pencatatan hasil kunjungan observasi
 - 6) Dialog dengan Kepala Bagian Tata Usaha
- c. Panduan observasi terhadap Kepala Subbagian Umum dan Humas
- 1) Kondisi umum subbagian umum dan humas
 - 2) Cara perencanaan subbagian umum dan humas
 - 3) Aktivitas subbagian umum dan humas
 - 4) Evaluasi subbagian umum dan humas
- d. Panduan observasi terhadap Pengelola Kehumasan di Subbagian Umum dan Humas
- 1) Kondisi umum pengelolaan kehumasan di subbagian umum dan humas
 - 2) Cara perencanaan pengelolaan kehumasan di subbagian umum dan humas
 - 3) Aktivitas pengelolaan kehumasan di subbagian umum dan humas
 - 4) Evaluasi pengelolaan kehumasan di subbagian umum dan humas

3. Dokumentasi

Teknik ini digunakan untuk menghimpun berbagai data sekunder yang memuat informasi tertentu yang bersumber dari dokumen-dokumen tertulis. Teknik atau studi dokumentasi adalah cara pengumpulan data melalui peninggalan arsiparsip dan termasuk juga buku-buku tentang pendapat, teori, dalil-dalil atau hukum-hukum dan lain-lain berhubungan dengan masalah penelitian. (Iryana & Kawasati 2018) adapun langkah-langkah melakukan teknik dokumentasi yaitu :

- a. Menyiapkan perijinan penelitian.
- b. Menulis daftar dokumen yang diperlukan.
- c. Menghubungi pihak Kanwil Kemenag.
- d. Meminta salinan dokumen yang diperlukan untuk penelitian
- e. Memeriksa dokumen-dokumen yang telah diminta dan memasukan sebagai data skunder.

F. Teknik Pengabsahan Data

Pengecekan keabsahan data dilakukan untuk menjamin bahwa semua data yang diamati dan diteliti oleh peneliti relevan dengan sesungguhnya yang ada dalam kenyataan sebenarnya dan memang terjadi, hal ini peneliti lakukan untuk memelihara dan menjamin bahwa data maupun informasi yang berhasil dihimpun dan dikumpulkan itu benar, baik bagi pembaca maupun subjek penelitian yang diteliti sehingga tidak perlu diragukan lagi. Pengecekan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data sehingga peneliti dapat *me-recheck* temuannya dengan jalan mengajukan

berbagai macam variasi pertanyaan, mengeceknya dengan berbagai sumber data, dan memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan, (Moleong 2004: 332).

1. Triangulasi Sumber

Menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (member check) dengan tiga sumber data (Sugiyono, 2007:274).

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas (tingkat kepercayaan data) tentang Manajemen Organisasi kemahasiswaan di Senat Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya. Misalkan data yang diperoleh dari ketua umum dibandingkan dengan data yang diperoleh dari anggota komisi-komisi.

Contoh: peneliti melakukan wawancara *key informan* kemudian peneliti mewawacarai informan untuk membuktiksn kredibilitas kebenaran hasil wawancara terhadap *key informan*.

2. Triangulasi Metode

Triangulasi metode dilakukan dengan cara membandingkan antara data yang diperoleh misalnya dari teknik wawancara dengan teknik observasi. mencari data tentang perencanaan, dibandingkan antara hasil wawancara dan hasil observasi ketika Sema merencanakan. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan metode wawancara bebas dan wawancara terstruktur. Atau, peneliti menggunakan wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya. Selain itu, peneliti juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut. Melalui berbagai perspektif atau pandangan diharapkan diperoleh hasil yang mendekati kebenaran. Karena itu, triangulasi tahap ini dilakukan jika data atau informasi yang diperoleh dari subjek atau informan penelitian diragukan kebenarannya. Dengan demikian, jika data itu sudah jelas, misalnya berupa teks atau naskah/transkrip film, novel dan sejenisnya, triangulasi tidak perlu dilakukan, Sugiyono (2013: 274).

Contoh: peneliti melakukan wawancara *key informan* secara langsung dan memperoleh kemudian data di bandingkan dengan dokumen.

G. Teknik Analisis Data

Melalui teknik analisis data, peneliti menguji kemampuan nalar dalam menghubungkan fakta serta data dan informasi yang diperoleh, dan

selanjutnya akan dianalisis sehingga peneliti dapat memperoleh informasi dan kebenaran dari setiap permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Menurut Moleong, proses analisis data kualitatif dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen Hubungan masyarakat, dokumen resmi, gambar foto dan sebagainya. Setelah ditelaah, langkah selanjutnya adalah reduksi data, penyusunan satuan, kategorisasi dan yang terakhir adalah penafsiran data.

Tahapan reduksi data sampai kepada tahapan kategorisasi data menurut hemat penulis merupakan satu kesatuan proses yang bisa dihimpun dalam reduksi data. Karena dalam proses ini, sudah terangkum penyusunan satuan dan kategorisasi data. Oleh karena itu, penulis lebih setuju kalau proses analisis data dilakukan melalui tahapan: reduksi data, penyajian atau display data dan kesimpulan atau Verifikasi. (Siyoto & Ali, 2015:123)

1. Reduksi Data
2. Penyajian data
3. Kesimpulan atau Verifikasi data

Adapun dalam penerapan penganalisan data dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Reduksi data bisa dilakukan

dengan jalan melakukan abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada dalam data penelitian. Dengan kata lain Hubungan masyarakatoses reduksi data ini dilakukan oleh peneliti secara terus menerus saat melakukan penelitian untuk menghasilkan catatan-catatan inti dari data yang diperoleh dari hasil penggalian data. Dengan demikian, tujuan dari reduksi data ini adalah untuk menyederhanakan data yang diperoleh selama penggalian data di lapangan. Adapun data yang akan dirangkum merupakan data yang berasal dari hasil wawancara, observasi, serta dokumentasi yang berasal dari Kantor Wilayah Hubungan Masyarakat Provinsi Kalimantan Tengah langsung.

Data yang diperoleh dalam penggalian data sudah barang tentu merupakan data yang sangat rumit dan juga sering dijumpai data yang tidak ada kaitannya dengan tema penelitian tetapi data tersebut bercampur baur dengan data yang ada kaitannya dengan penelitian. Maka dengan kondisi data seperti, maka peneliti perlu menyederhanakan data dan membuang data yang tidak ada kaitannya dengan tema penelitian. Sehingga tujuan penelitian tidak hanya untuk menyederhanakan data tetapi juga untuk memastikan data yang diolah itu merupakan data yang tercakup dalam scope penelitian.

2. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan untuk dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari gambaran keseluruhan.

Pada tahap ini peneliti berupaya mengklasifikasikan dan menyajikan data sesuai dengan pokok permasalahan yang diawali dengan pengkodean pada setiap sub pokok permasalahan.

3. Kesimpulan atau Verifikasi

Kesimpulan atau verifikasi adalah tahap akhir dalam Hubungan masyarakatoses analisa data. Pada bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan. Penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subyek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut.

Tahapan-tahapan diatas terutama tahapan reduksi dan penyajian data, tidak melulu terjadi secara beriringan. Akan tetapi kadang setelah dilakukan penyajian data juga membutuhkan reduksi data lagi sebelum ditarik sebuah kesimpulan. Tahapan-tahapan diatas bagi penulis tidak termasuk pada metode analisis data tetapi masuk kepada strategi analisis data. Karena, metode sudah paten sedangkan strategi bisa dilakukan dengan keluwesan peneliti dalam menggunakan strategi tersebut. Dengan demikian, kebiasaan peneliti menggunakan metode analisis kualitatif menentukan kualitas analisis dan hasil penelitian kualitatif.

BAB IV

PEMAPARAN DATA

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian

1. Identitas Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah

Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah adalah Kantor Urusan Agama Provinsi Kalteng yang terdiri dari jawatan urusan agama, penerangan agama, dan pendidikan agama, dan berganti menjadi Kantor Perwakilan Departemen Agama Provinsi Kalteng. Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah berlokasi di jalan Brigjen Katamso No.3, Palangka, Kec. Jekan Raya, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah 73112.

Adapun Visi dan Misi Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah.

a. Visi

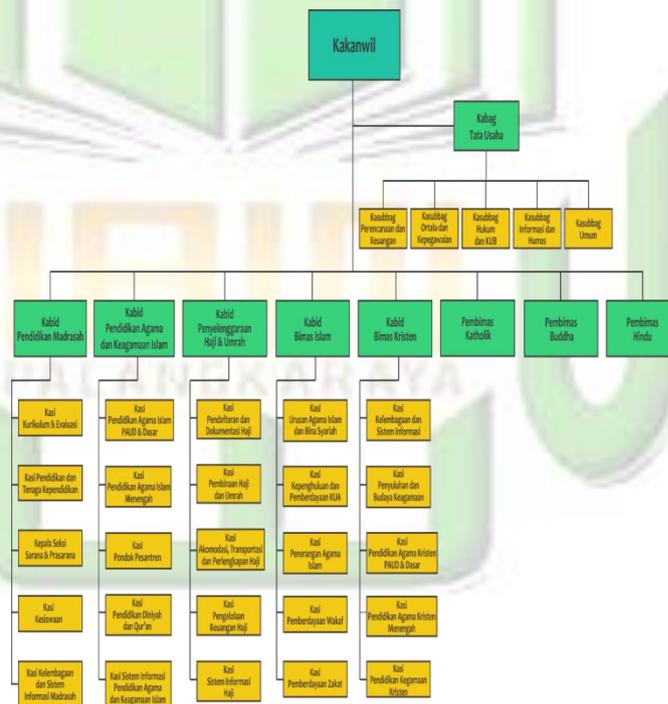
“Terwujudnya masyarakat Kalimantan Tengah yang taat beragama, rukun, cerdas, mandiri, dan sejahtera lahir batin berlandaskan falsafah Huma Betang (Rumah Betang)”.

b. Misi

- 1) Meningkatkan kualitas kehidupan beragama;
- 2) Meningkatkan kualitas kerukunan umat beragama;
- 3) Meningkatkan kualitas raudhatul athfal, madrasah, pendidikan agama dan pendidikan keagamaan serta menjalin kemitraan dengan perguruan tinggi agama;
- 4) Meningkatkan kualitas penyelenggaraan ibadah haji;
- 5) Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang bersih.

2. Struktur Organisasi

Gambar 3.1 Struktur Organisasi



3. Tugas Pokok dan Fungsi Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah

Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah berada dibawah dan bertanggung kepada Menteri Agama (PMA No.13 Tahun 2012).

Tugas:

Melaksanakan tugas dan fungsi Kementerian Agama dalam wilayah Provinsi Kalimantan Tengah berdasarkan kebijakan Menteri Agama dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Fungsi:

- a. Perumusan dan penetapan visi, misi dan kebijakan teknis di bidang pelayanan dan bimbingan kehidupan beragama kepada masyarakat Provinsi Kalteng.
- b. Pelayanan, bimbingan dan pembinaan di bidang haji & Umrah.
- c. Pelayanan, bimbingan dan pembinaan di bidang pendidikan Madrasah, pendidikan agama dan keagamaan.
- d. Pembinaan kerukunan umat beragama.
- e. Perumusan kebijakan teknis di bidang pengelolaan administrasi dan informasi.
- f. Pengkoordinasian perencanaan, pengendalian, pengawasan, dan evaluasi.

- g. Pelaksanaan hubungan dengan Pemerintah Daerah, instansi terkait dan lembaga masyarakat dalam rangka pelaksanaan tugas Kementerian Agama di Provinsi Kalteng.

4. Daftar Pejabat Subbag Umum dan Humas di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah

Berdasarkan dokumen dari GU daftar Pejabat Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah berada dibawah dan bertanggung kepada Menteri Agama.

Tabel 4.1 Daftar Pejabat Subbag Umum dan Humas

No.	Nama/Nip	Jabatan	Pendidikan Terakhir	Jenis Kelamin	Status
1.	Gondo Utomo, S.Pd.I, M.I.Kom	Kepala Subbag Umum dan Humas	S2	Laki-Laki	PNS
2.	Maturidi , S.Ag	Pelaksana Humas	S1	Laki-Laki	PNS
3.	Ispurwanto, S.Sos	Penyusun Berita dan Pendapat Umum	S1	Laki-Laki	PNS
4.	Ittung Handoyo Pieltro	Hubungan masyarakatana ta Humas atau Ahli Pertama	S1	Laki-Laki	PNS

5. Kantor Wilayah Kementerian Agama Kabupaten/Kota

Tabel 4.2 Kantor Wilayah Kementerian Agama Kabupaten/Kota

No.	Kantor Kemenag Kabupaten/Kota	Alamat	E-Mail	Website	Kepala kantor
1.	Kotawaringin Barat	Jl. Sutan Syahrir No.38, Sidorejo, Arut Selatan	kotawaringin barat@kemenag.go.id	https://kalteng.kemenag.go.id/kotabar	Drs. H Masrani Arsyad, M.Pd.i
2.	Kotawaringin Timur	Jl. Kapten Mulyono No. 25, Men-tawa Baru Hulu, Mentaa Baru Ketapang, Sampit 74322 Telp/Fax (0531)21315, 2065260	Kankemena g ko-tim kalteng@kemenag.go.id	Kalteng.kemenag.go.id/kotim	H. Samsudin, S.Pd.I
3.	Kapuas	Jl. Tambun Bungai No. 16, Selat Tengah, Selat, Kuala Kapuas, 73514 Telp/Fax (0513)21034	kemenag. Kapuas@Yahoo.co.id	kalteng kemenag.go.id/kapapo	Drs. H. Ahmad Bahruni, M.Ap
4.	Barito Selatan	Jl. Pelita Raya No. 50, Dusun Selatan, Buntok, 73712 Telp/Fax (0525) 21053	kemenagbar sel@gmail.com	kalteng.kemena g.go.id/barsel	H. Abdul Majid Rahimi, S.Ag

5.	Barito Timur	Jl. Ahmad yani No. 28, Melayu, Teweh tengah, Muara Teweh, 73811 Telp/Fax. 0519-21269	Kankemeng. <a href="mailto:barut.kalten
g@kemenag
.go.id">barut.kalten g@kemenag .go.id	kalteng.kemena g.go.id/barut	Drs. H. Tuani, M.Ag
6.	Sukamara	Jl. Tjilik Riwut, Km. 7.5, Mendawai, Sukamara, 74172 Telp. (0532) 26743	kemenagsuk a- mara2011@ yahoo.co.id	kalteng.kemena g.go.id/sukamar a	Drs. H. Suyarno
7.	Lamandau	Jl. Bukit Hibul Barat, No 173, RT. 12-c, Bulik, Nanga Bulik, 74162 Telp. (0532) 2071068	kemenaglmd @gmail.co m	kalteng.kemena g.go.id/lamanda u	Drs. H. Hamim
8.	Seruyan	Jl. Sudirman, Seruyan Hilir, Kuala Pembuang, 74212	kemenagkab .seruyan@y ahoo.id	kalteng.kemena g.go.id/seruyan	Drs. H. Hasanudin
9.	Katingan	Jl. Soekarno- Hatta, Komp. Perkantoran Kereng Humbang Km. 05, Kasongan Lama, Katingan Hilir, Katingan 74411	kankemenag . <a href="mailto:katingan@k
emenag.go.i
d">katingan@k emenag.go.i d	kalteng.kemena g.go.id/katingan	Drs Rosidi

10.	Pulang Pisau	Jl. Lintas Kalimantan Mentaren I No. 1, Mentaren I, Kahayan Hilir, Pulang Pisau, 74811	Kemenagka bpulpis@gmail.com	kalteng.kemena g.go.id/pulpis	H. Ardiansyah AR, M.Pd.I
11.	Gunung Mas	Jl. Brigjen Katamsi No. 60, Kurun, Kuala Kurun, 74511 Telp. (0537)30327 64, Fax (0537)30327 75	Kankemena ggu-mas.keu@yahoo.co.id	kalteng.kemena g.go.id/gumas	H. Anang Ruli, S.Pd
12.	Barito Timur	Jl. A. Yani Km. 04, Dusun Timur, Tamiang Layang, Layang, 73611	Bartim depag@yahoo.co.id	kalteng.kemena g.go.id/bartim	H. Khairul Anwar, S.HI,M.Ag
13.	Murung Raya	Jl. K.H Ahmad Dahlan No.1, Beri-wit, Murung, Puruk Cahu, 73911	kemenagmurara@gmail.com	kalteng.kemena g.go.id/muray	H. Ahmadi, S.Ag
14.	Palangka Raya	Jl. AIS Nasution No. 6, langkai, Pahandut, Palangka Raya, 73111 Telp.(0536) 3221968, Fax. (0536) 3228448	palangkaraya@kemenag.go.id	kalteng.kemena g.go.id/palangka-raya	Drs. H. Baihaqi, M.Ap

B. Temuan Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah wawancara, observasi, dan dokumentasi mengenai Implementasi/Pelaksanaan Kehumasan pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah dengan rumusan masalah perencanaan program humas dan pelaksanaan program humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah dan peneliti menemukan data-data sebagai berikut :

1. Perencanaan Program Humas di Subbag Umum dan Humas di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah

Untuk menganalisis perencanaan program humas di Subbag umum dan Humas harus memperhatikan beberapa persyaratan yaitu perencanaan harus bertujuan untuk meningkatkan perencanaan program humas, perencanaan harus realistis dan sesuai dengan anggaran, perencanaan berdasarkan analisis kebutuhan, jenis kehumasan harus jelas, petugas pelaksana, jangka waktu yang ditentukan dalam perencanaan harus realistis, berdasarkan pihak-pihak yang terlibat dalam perencanaan program humas. Adapun Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah dalam melakukan perencanaan program sarana prasarana yang efektif, maka akan disajikan data sebagai berikut:

a. Pihak-pihak yang terlibat dalam perencanaan program humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah

Berdasarkan hasil wawancara dengan GU pada tanggal 31 Maret 2021 di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah menyatakan bahwa:

“Penyusunan rencana melibatkan staf humas dan memperlihatkan usulan perencanaan program humas kabupaten/ kota adalah 4 humas itu yaitu : Kepala Subbag Umum dan Humas, Penyusun Berita dan Pendapat Umum, Analisis Publikasi, dan Humas dan selain itu adalah fungsi umum.”(wawancara dengan GU di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah 31 Maret 2021).

Hal ini juga disampaikan oleh I di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah menyatakan: “Kasubbag Umum dan Humas dibantu staf pelaksana Subbag Umum dan Humas.”(wawancara dengan I di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Senin, 5 April 2021.)

IHP menyatakan: “Biasanya perencanaan program direncanakan oleh Pimpinan, dalam hal ini Kasubbag Umum dan Humas dengan mempertimbangkan masukan-masukan dari para staf humas.”(wawancara dengan IHP di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Rabu 31 Maret 2021.)

M menyatakan;

“Perencanaan program humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah direncanakan oleh Kasubbag Umum dan Humas dengan memperhatikan masukan dari para humas pada kanwil setempat.” (wawancara dengan M di Kantor Wilayah Kementerian Agama Hubungan masyarakat Provinsi Kalimantan Tengah Senin 5 April 2021.)”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat dipahami bahwa yang terlibat dalam perencanaan program humas sudah sesuai dengan keadaan sebenarnya sebagaimana yang disampaikan oleh informan bahwa mereka terlibat langsung dalam perencanaan program humas di Subbag Umum dan Humas di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah. Dengan keterlibatan beberapa pihak yang bersangkutan langsung dengan kebutuhan program yang ada pada bidang kehumasan. Adapun beberapa tugas yang ada pada humas yaitu sebagai berikut: penyusunan berita dan pendapat umum, analisis publikasi, dan humas.

b. Waktu Perencanaan Program Humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Hubungan masyarakat Provinsi Kalimantan Tengah

GU menyatakan:

“Waktu perencanaan program biasanya dilakukan di antara bulan januari – maret tahun berjalan untuk tahun program berikutnya. Semua usulan yang berkaitan dengan humas yang dibahas pada bulan itu yaitu: Pengelolaan pemberitaan pada website kanwil, media sosial, dan media cetak/ elektronik/ online, analisis berita media cetak/ online, pemenuhan perangkat kehumasan, pembiayaan kehumasan, pengelolaan

komunikasi internal/ eksternal. Tetapi penerapan Hubungan masyarakatogramnya berbeda-beda misalnya seperti bentuk pelatihan, pendampingan dan akan dibuat secara detailnya.” (wawancara dengan GU di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 1 April 2021).

I menyatakan bahwa: “Waktu perencanaan program humas dilakukan di antara bulan januari – maret tahun berjalan untuk tahap tahun berikutnya.”(wawancara dengan I di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Senin, 6 April 2021.”)

IHP menyatakan:

“Perencanaan program humas biasanya dilakukan sebelum tutup buku (akhir tahun) perencanaan dilakukan untuk tahun setelahnya. Paling lambat biasanya bulan Oktober/ November.”(wawancara dengan IHP di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Rabu 1 April 2021.”)

M menyatakan: “Perencanaan program humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah dimulai pada setiap penerimaan DIPA tahun anggaran.” (wawancara dengan M di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Senin 6 April 2021.”)

c. Perencanaan Program Humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah

Bagaimana perencanaan program humas sebagaimana yang dinyatakan GU, menyatakan bahwa:

“Perencanaan meliputi anggaran yang diperlukan, program / kegiatan, sasaran, indikator dan beberapa hal lain, dan untuk Hubungan masyarakatogram tahunan nya tergantung anggaran yang disetujui oleh

kemenag pusat.” (wawancara dengan GU di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 2 April 2021).

I menyatakan bahwa: “Dimulai dengan mengumpulkan data dan fakta untuk diolah menjadi informasi dan dianalisis untuk disesuaikan dengan keperluan, visi misi, dan rencana kerja instansi.” (wawancara dengan I di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Senin, 6 April 2021.)”

IHP menyatakan:

“Untuk perencanaan program sendiri biasanya melihat program yang terdahulu, yang mana yang bisa dikerjakan dipertahankan. Jika ada yang tidak bisa dijalankan, dilakukan diskusi mengapa tidak bisa dijalankan, dan apa yang bisa dijalankan untuk kedepannya lagi.” (wawancara dengan IHP di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Rabu 1 April 2021.)”

M menyatakan bahwa: “Perencanaan Hubungan masyarakatogram humas sejauh ini berjalan dengan sukses dan lancar.” (wawancara dengan M di Kantor Wilayah Kementerian Agama Hubungan masyarakat Provinsi Kalimantan Tengah Senin 6 April 2021.)”

d. Perencanaan Program Humas terbagi menjadi beberapa bagian di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah

GU menyatakan perencanaan program humas terbagi beberapa bagian di Subbag Umum dan Humas ialah bahwa:

“Perencanaan program humas meliputi: Pengelolaan pemberitaan pada website kanwil, media sosial, dan media cetak/ elektronik/ online, analisis berita media cetak/ online, pemenuhan perangkat kehumasan, pembiayaan kehumasan, pengelolaan komunikasi internal/ eksternal.”(wawancara dengan GU di Kantor Wilayah

Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 3 April 2021).

I menyatakan apa saja perencanaan program humas di Subbag Umum dan Humas: "Pelayanan informasi publik, mengelola hubungan dengan publik, membangun citra positif" ."(wawancara dengan I di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Senin, 7 April 2021.)"

IHP menyatakan untuk apa saja perencanaan program humas di Subbag Umum dan Humas: "Untuk program sendiri masing-masing staf memiliki kewajiban dan kewenangan yang dapat dilakukan, namun tetap dengan mengikuti instruksi dan keputusan dari pimpinan. Biasanya dapat pula mengerjakan suatu perintah secara lisan."(wawancara dengan IHP di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Rabu 2 April 2021.)"

M menyatakan bahwa:

"Perencanaan program humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah diantaranya membangun kepercayaan publik: Menyosialisasikan kebijakan dan program kementerian agama, mencari, mengklarifikasi, serta menganalisis data dan informasi, membangun citra dan reputasi positif kementerian agama, membentuk, meningkatkan, dan memelihara opini positif publik, menampung dan mengolah aspirasi masyarakat."(wawancara dengan M di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Senin 7 April 2021.)"

e. Analisis Perencanaan Program humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah

Analisis dalam perencanaan program humas di Subbag Umum dan Humas GU menyatakan bahwa:

"Analisis ditujukan pada program apa yang paling diperlukan sehingga bisa mencapai sasaran yang diinginkan, dan untuk program nya semua diperlukan contohnya tentang pemberitaan, misalkan

apabila hanya fokus diberita tetapi tidak mempunyai kamera dan tidak akan bisa berjalan pemberitaan tersebut sementara pemberitaan memerlukan foto/ dokumentasi maka dari itu semua program nya diperlukan, kemudian nanti ada pemilahan dan pemilihan program sesuai dengan ketersediaan anggaran misalnya Subbag Umum dan Humas mengajukan 3 miliar tapi yang turun hanya 1 miliar dan akhirnya disesuaikan dengan skala program di ambil itu tidak bisa dipatok sekarang karena tergantung usulan yang ada.”(wawancara dengan GU di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 4 April 2021).

Analisis dalam perencanaan program humas di Subbag Umum dan Humas I menyatakan bahwa: “Memperhatikan opini publik, kejadian atau perkembangan sosial, politik dan ekonomi yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi instansi.” .”(wawancara dengan I di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Senin, 8 April 2021.”)

IHP menyatakan: “Untuk menganalisis perencanaan program, biasanya kita mengacu pada program-program yang terdahulu, mana yang bisa dikerjakan dan mana yang belum efektif, disitu akan dijalankan kembali kedepannya yang mana yang bisa dikerjakan.”(wawancara dengan IHP di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Rabu 3 April 2021.”)

M menyatakan bahwa:

“Analisis program humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah adalah masyarakat Kalimantan Tengah merasa terbantu dengan info-info sekitar Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah.”(wawancara dengan M di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Senin 7 April 2021.”)

f. Sasaran Perencanaan Program Humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Hubungan Kalimantan Tengah

GU menyatakan yang menjadi sasaran dalam perencanaan program humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah ialah:

“Sasaran dalam perencanaan program humas adalah internal dan eksternal. Internal itu adalah pegawai, sesama satuan kerja kementerian agama dan eksternal adalah masyarakat, mahasiswa, perguruan tinggi, madrasah.”(wawancara dengan GU di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 5 April 2021).

I menyatakan sasaran dalam program humas di Subbag Umum dan Humas ialah: “Publik internal dan eksternal, *stakeholder*, mitra kerja, dan media.”(wawancara dengan I di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Senin, 9 April 2021.)

IHP menyatakan sasaran program humas menyatakan bahwa: “Tentu seluruh masyarakat Kalimantan Tengah menerima informasi dari Subbag Umum dan Humas.”(wawancara dengan IHP di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Rabu 3 April 2021.)

M menyatakan bahwa: “Sasaran perencanaan program humas adalah ASN Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah dan masyarakat Kalimantan Tengah.”(wawancara dengan M di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Senin 8 April 2021.)

2. Pelaksanaan Program Humas Pada Kantor Wilayah Kementrian Agama Provinsi Kalimantan Tengah

a. Program Humas yang terlaksana dari perencanaan humas dari awal tahun sampai akhir tahun di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah

Untuk program yang terlaksana dari perencanaan humas dari awal tahun sampai akhir tahun di Subbag Umum dan Humas GU menyatakan bahwa:

“Program humas dilaksanakan sejak awal tahun hingga akhir tahun, dan semua terlaksana namun secara persentase ada yang banyak dan ada yang sedikit misalnya pendampingan ke daerah itu kaitannya dengan anggaran dan anggaran habis maka tidak bisa ke daerah lagi seadanya anggarannya saja tapi kalo program pemberitaan karena menggunakan website menggunakan internet yang sudah tersedia dikantor tiap hari harus dilaksanakan jadi semua program pasti terlaksana, hanya presentasi masing-masing program itu berbeda.”(wawancara dengan GU di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 6 April 2021).

I menyatakan bahwa: “Program humas yang sudah dilaksanakan adalah pelayanan informasi publik secara rutin yang dilakukan melalui sosial media atau website.”(wawancara dengan I di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Senin, 10 April 2021.)

IHP menyatakan bahwa:

“Kunjungan ke daerah yang dimana pelaksanaannya memang ini menjadi agenda dari Subbag Umum dan Humas seperti perjalanan dinas ke sukamara, perjalanan dinas ke barito selatan dan melakukan monitoring evaluasi terkait pemberitaan di madrasah jadi itu sudah dirangkum keluh kesah dari berbagai daerah dan juga hal-hal yang menjadi suatu hal yang memang selama ini teman-teman daerah rasakan, dan mereka ungkapkan semua dan itu menjadi laporan dan nanti akan dicari solusinya.”(wawancara dengan IHP di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Rabu 4 April Maret 2021.)

M menyatakan: “Program-program yang telah dilaksanakan diantaranya; Pelatihan jurnalistik untuk humas Kabupaten Kota, pelatihan editing video, dan monitoring serta evaluasi kehumasan di 14 Kabupaten/ Kota.”(wawancara dengan M di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Senin 9 April 2021.)

b. Tujuan Pelaksanaan Program Humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah

GU menyatakan bahwa: “Tujuannya agar program kerja atau capaian kerja diketahui/ dipahami masyarakat maupun kalangan internal atau eksternal.”(wawancara dengan GU di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 7 April 2021).

I menyatakan: “Untuk memberikan pelayanan informasi publik, menjaga hubungan baik antara instansi dengan publik, dan mempertahankan/ meningkatkan citra positif.”(wawancara dengan I di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Senin, 11 April 2021.)

IHP menyatakan bahwa:

“Tujuan jelas untuk memberikan informasi dan pelayanan kepada seluruh masyarakat secara terbuka dan bisa diakses secara online selama 24 jam melalui website Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah.” (wawancara dengan IHP di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Rabu 5 April 2021.)

M menyatakan:

“Tujuan untuk menyosialisasikan kebijakan dan program kementerian agama. mencari, mengklarifikasi, serta menganalisis data dan informasi, membangun citra dan reputasi positif kementerian agama, membentuk dan meningkatkan, memelihara opini positif publik, menampung dan mengolah aspirasi masyarakat.”(wawancara dengan M di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Senin 10 April 2021.)

c. Pelaksanaan Program Humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Hubungan masyarakat Provinsi Kalimantan Tengah

GU menyatakan bahwa pelaksanaan program humas di Subbag Umum dan Humas ialah:

“Pelaksanaan dilakukan secara berjadwal maupun rutin dilakukan evaluasi secara periode dan setiap 3 bulan sekali. Misalkan evaluasi daerah perlu pelatihan jurnalistik dilihat dari anggarannya dan langsung ditidak lanjuti ke daerah, sesuai hasil dari evaluasi itu.”(wawancara dengan GU di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 8 April 2021).

I menyatakan bahwa: “Dilaksanakan secara rutin berkala, dilaksanakan sesuai jadwal atau, dilaksanakan pada momen tertentu.”(wawancara dengan I di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Senin, 12 April 2021.)

IHP menyatakan: “Untuk pelaksanaan sendiri, pada triwulan pertama ini sesuai dengan arahan Pimpinan, belum mengalami kendala yang berarti dan masih dalam tahapan penyesuaian program baru.”(wawancara dengan IHP di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Rabu 6 April 2021.)

M menyatakan: “Pelaksanaan program humas sejauh ini berjalan dengan sukses dan lancar.”(wawancara dengan M di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Senin 11 April 2021.)

d. Kendala Pelaksanaan Program Humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah

Untuk kendala pelaksanaan program humas Subbag Umum dan Umas GU menyatakan bahwa:

“Kendala diantaranya keterbatasan sumber daya manusia (SDM), anggaran dan dukungan kebijakan. Untuk SDM jumlah pegawainya kurang dalam artian secara jumlah harusnya lebih dari 4 itu yaitu: Kepala Subbag Umum dan Humas, Penyusun Berita dan Pendapat Umum, Analisis Publikasi, dan program humas serta kendala terbaru sekarang adalah Covid-19 kondisi pandemi tentu membuat pelaksanaan program yang kaitannya dengan pihak eksternal terkendala karena harus mengundang orang banyak sementara situasi sekarang Covid-19 jaga jarak dan tidak boleh dikerumunan orang banyak, dan untuk anggaran dana tidak mencukupi jika mengadakan acara sama-sama maka itu harus bergantian begitu juga dengan cameranya harus bergantian maka jika menggunakan hp maka hasil pemberitaannya yang kurang bagus.”(wawancara dengan GU di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 8 April 2021).

I menyatakan kendala pelaksanaan program humas ialah : “Kendala keterbatasan anggaran, kurangnya dukungan, dan kurang efektifnya komunikasi.”(wawancara dengan I di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 13 April 2021).

IHP menyatakan bahwa kendala ialah: “Untuk saat ini belum ditemukan kendala yang berarti.”(wawancara dengan IHP di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 7 April 2021).

M menyatakan untuk kendala: “Keterbatasan peralatan terutama alat pembuatan video (*handycam*).”(wawancara dengan M di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 12 April 2021).

e. Mengatasi Kendala dalam Pelaksanaan Program Humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah

GU menyatakan bahwa:

“Menggunakan potensi yang ada, menyampaikan kepada pimpinan sehingga ada keluarnya kebijakan, misalnya pegawainya kurang cumin ada 4 perlu adanya liputan, jadi 4 itu saja yang digunakan dan cameranya hanya ada 1 jadi harus bergantian. Ada atau tidak adanya anggaran ada atau tidak adanya peralatan fungsi humas harus tetap berjalan.”(wawancara dengan GU di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 9 April 2021).

I menyatakan mengatasi kendala ialah: “Dengan terus membangun komunikasi, koordinasi, kerjasama, dan sinergi.”(wawancara dengan I di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 9 April 2021).

IHP menyatakan bahwa: “Biasanya jika ada kendala akan disampaikan kepada pimpinan dalam hal ini Kasubbag Umum dan Humas agar satu arah melalui pimpinan. .”(wawancara dengan IHP di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 9 April 2021).

M menyatakan bahwa: “Kami musyawarahkan dengan tim humas.”(wawancara dengan M di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 9 April 2021).

f. Menyaring masukan dari 13 kabupaten 1 kota

GU menyatakan menyaring masukan dari 13 kabupaten 1 kota ialah:

“Disesuaikan dengan ketersediaan yang namanya paguindikatif, indikatif itu adalah bayangan kira-kira seberapa anggaran yang disiapkan oleh pemerintah untuk tahun yang akan datang, kalo dari paguindikatif itu terlihat sedikit maka otomatis usulan-usulan yang dipakai usulan-usulan yang di okomotif yang usulun sifatnya Hubungan masyarakatioritas kemudian yang non Hubungan masyarakatioritas atau yang bisa dicarikan mekanisme pendanaan yang lain itu akan disesuaikan dan belum dimasukan dalam Hubungan masyarakatogram tahun berikutnya untuk usulan-usulan yang masuk dari 13 kabupaten 1 kota itu tidak bisa dipastikan jumlahnya tetapi setiap tahun pasti ada, usulan dan jenis nya itu sesuai dengan apa yang mereka perlukan dan keinginan mereka.”(wawancara dengan GU di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 10 April 2021).

I menyatakan:

” Data atau informasi yang berasal dari satker didaerah lalu dikumpulkan melalui monev yang dilakukan setiap tahun atau dievaluasi setiap tahun, setelah itu dibagi beberapa tim dan disebar ke beberapa daerah dan hasil dari monev itu dijadikan masukan untuk bahan penyusunan program kegiatan, dan yang baru-baru ini yaitu monev madrasah dan dimadrasah itu mendapat masukan tentang kehumasan bahwa mereka itu perlu adanya bimbingan teknik atau pendampingan dalam pengolahan jurnalistik dalam pembuatan berita di website.”(wawancara dengan I di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 10 April 2021).

IHP menyatakan:

“Disusun untuk tahun berikutnya itu memang harus direncanakan tahun ini misalnya tahun 2021 pasti otomatis program dilaksanakan pada tahun 2020 supaya 2021 bisa dijalankan. Ada hal-hal yang memang menjadi suatu catatan dalam artian saat kunjungan ke daerah itu ada hal-hal memang disampaikan oleh daerah itu sudah ada beberapa hal memang dijalankan dan laporan-laporannya memang sudah dibuatkan dan itupun juga mungkin bisa menjadi suatu bahan diskusi nanti kedepannya dan menjadi lebih baik lagi pelayanannya di 13 kabupaten 1 kota.”(wawancara dengan IHP di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 9 April 2021).

M menyatakan: “Kita akan menerima aspirasi, masukan dan kritik dari daerah, kita akan adakan perbaikan daerah.”(wawancara dengan M di Kantor

Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 9 April 2021).

g. Program Humas yang sudah dilaksanakan pada Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah

GU menyatakan program humas yang sudah dilaksanakan ialah:

“Program humas yang sudah dilaksanakan adalah : Monitoring evaluasi pemberitaan tim Subbag Umum dan Humas itu ke 14 kabupaten kota untuk melakukan monitoring sejauh mana kabupaten kota melaksanakan program kehumasan sesuai dengan arahan dan intruksi pimpinan yaitu Kakanwil. Monitoring evaluasi itu dilakukan untuk mengukur apakah pelaksanaan program humas di tahun 2021 sudah berjalan sesuai arahan yang diberikan melalui surat Kakanwil atau belum, kemudian monitoring evaluasi juga sebagai bahan masukan berikutnya untuk menyusun program kerja di 2022 sekaligus jika memungkinkan beberapa hasil monitoring itu juga akan ditidakanjuti di tahun 2021 ini kemudian program lain yang sudah dilaksanakan pengelolaan kehumasan secara rutin dalam artian publikasi berita media internal di kantor wilayah maupun di media yang ada di Kalimantan Tengah baik media cetak maupun online selanjutnya secara rutin juga telah dilakukan analisis atau semacam kajian-kajian atas berita yang dimuat di media cetak dalam hal ini surat kabar harian yang tertib di Palangka Raya berita yang terkait dengan Kementerian Agama dari analisis itu salah satu outputnya salah satu hasil yang kemudian didapat adalah mengetahui sejauh mana respon media massa masyarakat tentang program humas Kementerian Agama.”(wawancara dengan GU di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 11 April 2021).

I menyatakan bahwa: “Program humas yang sudah dilaksanakan adalah; Pelayanan informasi publik secara rutin yang dilakukan melalui sosial media atau website.”(wawancara dengan I di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 11 April 2021).

IHP menyatakan:

“Kunjungan ke daerah yang dimana pelaksanaannya memang ini menjadi agenda dari Subbag Umum dan Humas seperti perjalanan dinas ke sukamara, perjalanan dinas ke barito selatan dan melakukan monitoring evaluasi terkait pemberitaan di madrasah jadi itu sudah dirangkum keluh kesah dari berbagai daerah dan juga hal-hal yang menjadi suatu hal yang memang selama ini teman-teman daerah rasakan, dan mereka ungkapkan semua dan itu menjadi laporan dan nanti akan dicari solusinya”(wawancara dengan IHP di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 11 April 2021).

M menyatakan bahwa:

“Program humas yang telah dilaksanakan diantaranya; Pelatihan jurnalistik untuk humas Kabupaten Kota, pelatihan editing video, dan monitoring serta evaluasi kehumasan di 14 Kabupaten/ Kota”(wawancara dengan M di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 11 April 2021).

h. Apakah selama ini keterbukaan informasi sudah dijalankan oleh Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah

GU menyatakan bahwa:

”Tentu sudah, karena keterbukaan informasi itu kan disamping karena peraturan perundang-undangan yang berlaku wajib dilaksanakan juga karna memang kondisi sekarang masyarakatnya menuntut adanya keterbukaan itu, susah menutupi sesuatu kalo kita tidak terbuka masyarakat akan mendapatkan sumber informasi dari pihak lain dan bisa jadi informasi itu tidak benar, atau hoax, kemudian karena disampaikan dengan tidak pas nanti dipahaminya dengan tidak pas juga, keterbukaan informasi itulah yang selama ini dijalankan melalui fungsi kehumasan, publikasi data, publikasi berita, informasi dan seterusnya menjadi upaya Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah agar masyarakat mendapatkan informasi, mendapatkan data, mendapatkan penjelasan dari sumber resminya di jajaran Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah”(wawancara dengan GU di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 12 April 2021).

I menyatakan: “Tentu sudah dijalankan dengan baik”(wawancara dengan I di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 12 April 2021).

IHP menyatakan bahwa: “Sangat baik, sebab di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah mempunyai pelayanan terpadu satu pintu (PTSP) karena tidak semua kantor mempunyai PTSP”(wawancara dengan IHP di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 12 April 2021).

M menyatakan:

“Kita melakukan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi yang persuasive, efektif dan efisien untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik melalui berbagai sarana kehumasan dalam rangka menciptakan citra dan reputasi yang positif Kementerian Agama, keterbukaan informasi publik telah dijalankan Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah.”(wawancara dengan M di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah Kamis 12 April 2021).



BAB V

PEMBAHASAN

A. Perencanaan Program Humas di Subbag Umum dan Humas di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah

Perencanaan atau *planning*, yaitu hubungan masyarakat yang menyangkut upaya mengantisipasi kecenderungan pada masa yang akan datang dan penentuan strategi dan taktik yang tepat untuk mewujudkan target dan tujuan lembaga. Perencanaan memiliki fungsi sebagai menetapkan tujuan dan target bisnis, merumuskan strategi untuk mencapai tujuan dan target bisnis tersebut, menentukan sumber-sumber data yang diperlukan dan menetapkan standar/indicator keberhasilan dalam pencapaian tujuan dan target bisnis. (Mukarom, 2015: 105)

Perencanaan program humas di subbag umum dan humas harus memperhatikan beberapa persyaratan yaitu perencanaan harus bertujuan untuk meningkatkan perencanaan program humas, perencanaan harus realistis dan sesuai dengan anggaran, perencanaan berdasarkan analisis kebutuhan, jenis kehumasan harus jelas, petugas pelaksana, jangka waktu yang ditentukan dalam perencanaan harus realistis, berdasarkan pihak-pihak yang terlibat dalam perencanaan program humas.

Perencanaan program humas melibatkan Kepala Subbag Umum dan Humas, Penyusunan Berita dan Pendapat Umum, Hubungan masyarakat Humas, Pranata Humas, Analisis Publikasi. Waktu perencanaan program biasanya dilaksanakan diantara bulan januari – maret tahun berjalan untuk

program tahun berikutnya, sebelum tutup buku (akhir tahun) perencanaan dilakukan untuk tahun setelahnya.

Perencanaan program humas untuk melaksanakan kegiatan, sasaran, indikator dan beberapa hal lain, dan untuk program tahunannya memerlukan anggaran yang disetujui oleh kemenag pusat. Serta dimulai dengan mengumpulkan data dan fakta untuk diolah menjadi informasi dan dianalisis untuk disesuaikan dengan keperluan, visi misi, dan rencana kerja instansi.

Perencanaan program humas terbagi menjadi beberapa bagian yaitu meliputi: Pengelolaan pemberitaan pada website kanwil, media sosial, dan media cetak/ elektronik/ online, analisis berita media cetak/ online, pemenuhan perangkat kehumasan, pembiayaan kehumasan, pengelolaan komunikasi internal/ eksternal. Analisis perencanaan program humas biasanya ditujukan pada program apa yang paling diperlukan sehingga bisa mencapai sasaran yang diinginkan, dan untuk programnya semua diperlukan. Menganalisis perencanaan program, biasanya kita mengacu pada program- program yang terdahulu, mana yang bisa dikerjakan dan mana yang belum efektif, disitu akan dijalankan kembali kedepannya yang mana yang bisa dikerjakan.

Sasaran perencanaan program humas yaitu internal dan eksternal. Internal itu adalah pegawai, sesama satuan kerja kementerian agama dan eksternal adalah masyarakat, mahasiswa, perguruan tinggi, madrasah. Setelah perencanaan humas dilaksanakan, hasil perencanaan akan diberikan kepada Kepala Subbag Umum dan Humas untuk ditelaah dan disetujui.

Hasil penelitian yang peneliti dapatkan melalui teknik wawancara dari beberapa orang/ staff menghasilkan data yang sama dan benar adanya. Kemudian, hasil penelitian melalui teknik dokumen menghasilkan data sesuai serta menghasilkan kesamaan antara teknik wawancara dan dokumentasi. Oleh karena itu, dua teknik yang digunakan dalam penelitian ini menghasilkan data yang sama dan mengetahui manajemen humas yang dilakukan dengan baik.

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi tentang perencanaan humas yang didapatkan oleh peneliti menunjukkan bahwa perencanaan program yang dilaksanakan sudah baik dan sesuai dengan langkah perencanaan humas yang dikuti oleh Linggar Anggoro (2008: 86) yang menyatakan bahwa ada 6 perencanaan yang harus dipenuhi, yaitu:

1. Pengenalan Situasi

Sebelum merumuskan program humas maka perlu diketahui langkah pertama. Langkah pertama yang dimaksud seperti contoh sebagai berikut: lembaga harus mengetahui secara pasti seperti apa citra lembaga tersebut dalam pandangan masyarakat.

2. Penetapan Tujuan

Setiap tujuan lembaga dalam pengertian yang luas akan jauh lebih mudah dijangkau apabila usaha mencapainya juga disertai dengan kegiatan-kegiatan humas, baik itu yang dilakukan oleh lembaga humas ataupun oleh lembaga Hubungan

masyarakat.eksternal. sehubungan dengan keterbatasan sumber daya, khususnya dana maka tidak semua tujuan tersebut bisa dicapai.

3. Definisi Masyarakat

Pada bagian ini, kita hanya akan membicarakan betapa pentingnya suatu lembaga mengenali dan membatasi masyarakat. Sebesar apa pun suatu lembaga ia tidak mungkin menjangkau semua orang. Ia harus menentukan sebagian di antaranya yang sekiranya paling sesuai atau yang paling dibutuhkannya.

4. Pemilihan Media dan Teknik Humas

Adapun beberapa macam media dan teknik humas adalah sebagai berikut:

Kampanye periklanan dan kampanye humas ternyata sama-sama bisa menggunakan berbagai macam media. Para praktisi humas berhubungan dengan para editor, jurnalis, serta para humas produser TV dan radio. Iklan sifatnya jauh lebih komersial dibandingkan dengan humas. Media yang bisa diharapkan akan membuahkan hasil maksimal (misalnya lonjakan penjualan) dengan biaya serendah-rendahnya..

Dunia periklanan benar-benar serius dalam menghitung efektivitas dan efisiensi penyampaian pesan kepada masyarakat.

5. Pengaturan Anggaran

Anggaran terkadang dijadikan faktor kelima dalam model perencanaan humas, tetapi juga tidak jarang hal ini dipisahkan dan

ditentukan lebih dahulu sebelum keseluruhan proses perencanaan dimulai.

6. Unsur-unsur Anggaran Humas

Suatu anggaran humas memiliki unsur-unsur atau pos-pos pengeluaran pokok ialah; tenaga kerja, biaya tetap, materi/ peralatan, kas kecil.

7. Pengukuran Hasil Kegiatan Humas

Ada tiga hal terpenting berkenaan dengan pengukuran hasil ini yaitu teknik-teknik yang digunakan untuk mengenali situasi. Metode-metode evaluasi hasil biasanya diterapkan pada tahapan perencanaan. Setiap program humas harus memiliki tujuan yang pasti. Untuk itu, pertama-tama perlu ditetapkan target-target tertentu. (Anggoro, 2008 : 87-89)

B. Pelaksanaan Program Humas di Subbag Umum dan Humas di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah

Implementasi/Pelaksanaan adalah proses untuk memastikan terlaksanakannya suatu program dan tercapainya program tersebut. Implementasi/Pelaksanaan suatu kebijakan dapat diukur dengan melihat kesesuaian antara pelaksanaan atau penerapan kebijakan dengan desain, tujuan, dan sasaran kebijakan itu sendiri serta memberikan dampak atau hasil yang positif bagi pemecahan permasalahan yang dihadapi. Terdapat pelaksanaan variable yaitu komunikasi (*Communications*), ketersediaan

Sumber Daya (*Resources*), sikap dan Komitmen Pelaksana Program (*Disposition*), serta struktur Birokrasi (*Bureuacratic Structure*)

Kerangka dasar Implementasi/ program humas (*Public Relations*) yaitu program humas tidak hanya program komunikasi, tetapi juga harus mendorong organisasi melakukan tindakan nonkomunikasi. Strategi tindakan yang dilakukan biasanya termasuk perubahan dalam kebijakan organisasi, prosedur, produk, pelayanan dan perilaku organisasi. Pada prinsipnya tahap pelaksanaan/ implementasi mencakup tindakan apa saja yang akan dilakukan, pesan apa saja yang ingin disampaikan, dan jenis media yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan yang dimaksud.

Model pelaksanaan/ implementasi fungsi-fungsi humas dalam program promosi yang dimana dalam implementasi/ pelaksanaannya, fungsi humas adalah membentuk atau membangun pendapat umum (*public opinion*). Humas berkaitan dengan citra (*image*), sedangkan pemasaran berkaitan dengan upaya peningkatan penjualan.

Pelaksanaan/ implementasi dalam kegiatan promosi adalah kegiatan prosfpecting dimana kegiatan ini mencari pembeli dan menjalin hubungan dengan mereka dimana kegiatan ini meliputi beberapa bagian yaitu *targeting, communicating, seling, servicing, information gathering, dan llocating*

Mass selling terdiri atas periklanan dan publisitas. *Mass selling* merupakan pendekatan yang menggunakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak ramai dalam satu waktu. *Public*

relations merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari perusahaan untuk memengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok.

Program humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah yang di laksanakan oleh bagian Subbag Umum dan Humas dengan menjalin komunikasi melalui beberapa cara yaitu sebagai berikut: media sosial atau website, serta kunjungan ke berbagai daerah seperti perjalanan dinas ke sukamara, perjalanan dinas ke barito selatan dan melakukan monitoring evaluasi terkait pemberitaan di madrasah jadi itu sudah dirangkum keluh kesah dari berbagai daerah dan juga hal-hal yang menjadi suatu hal yang memang selama ini teman-teman daerah rasakan, dan mereka ungkapkan semua dan itu menjadi laporan dan nanti akan dicari solusinya.

Hal ini sesuai dengan pernyataan menurut Edward III (1980) dan Emerson, Grindle, serta Mize menjelaskan empat variabel kritis dalam Implementasi/Pelaksanaan kebijakan publik atau program, yaitu komunikasi atau kejelasan informasi, konsistensi informasi ketersediaan sumber daya dalam jumlah dan mutu tertentu, sikap dan komitmen dari pelaksana program atau kebijakan birokrat, dan struktur birokrasi atau standar operasi yang mengatur tata kerja dan tata laksana. (Mukarom dkk, 2019 : 218)

Tujuan pelaksanaan program humas agar program kerja atau capaian kerja diketahui/ dipahami masyarakat maupun kalangan internal atau eksternal, serta untuk mensosialisasikan kebijakan dan program kementerian agama. mencari, mengklarifikasi, serta menganalisis data dan

informasi, membangun citra dan reputasi positif kementerian agama, membentuk dan meningkatkan, memelihara opini positif publik, menampung dan mengolah aspirasi masyarakat.

Hal ini sama dengan tujuan dari pelaksanaan/ implementasi program yang disampaikan dalam buku Mukarom humas merupakan upaya mengarahkan atau membentuk pendapat umum, seperti menumbuhkembangkan pengertian dan persepsi masyarakat (terhadap pemerintah, undang-undang, kebijakan pemerintah, organisasi, perusahaan, produk, dan lain-lain), meraih kepercayaan khalayak (*public*), dan memperoleh dukungan masyarakat. (Mukarom dkk, 2019 : 215)

Kendala yang dirasakan oleh Subbag Umum dan humas adalah keterbatasan sarana prasarana dan keterbatasan sumber daya manusia peralatan terutama alat pembuatan video (*handycam*). Data atau informasi yang berasal dari satker di daerah lalu dikumpulkan melalui aplikasi yang dilakukan setiap tahun atau dievaluasi setiap tahun, setelah itu dibagi beberapa tim dan disebar ke beberapa daerah dan hasil dari monev itu dijadikan masukan untuk bahan penyusunan program kegiatan, dan yang baru-baru ini yaitu monev madrasah dan di madrasah itu mendapat masukan tentang kehumasan bahwa mereka itu perlu adanya bimbingan teknik atau pendampingan dalam pengolahan jurnalistik dalam pembuatan berita di website.

Hal ini sama dengan menyaring masukan dari 13 kabupaten 1 kota oleh anggoro ialah melalui:

1. Media pers (*Hubungan masyarakat*) media ini terdiri dari berbagai macam koran yang beredar di masyarakat secara umum.
2. *Audio-visual*: media ini terdiri dari *slide* dan kaset video atau bisa juga golongan film-film dokumenter.
3. Radio: kategori ini meliputi semua jenis radio, mulai dari yang berskala local, nasional hingga internasional, baik yang dipancarkan secara luas maupun yang dikemas secara khusus (jenis siarannya atau cakupan pendengarannya terbatas).
4. Televisi: Sama halnya dengan radio, televisi yang digolongkan sebagai media humas tidak hanya televisi nasional atau regional tapi juga televisi internasional.
5. Pameran (*exhibition*): dalam melaksanakan suatu Hubungan masyarakat atau kampanye humas, para Hubungan masyarakat atau humas juga sering memanfaatkan acara pameran.
6. Bahan-bahan cetakan (*Hubungan masyarakat material*): yakni berbagai macam bahan cetakan yang bersifat mendidik, informatif, dan menghibur yang disebar dalam berbagai bentuk guna mencapai tujuan humas.
7. Penerbitan buku khusus (*sponsored books*): isi buku ini bisa bermacam-macam, misalnya saja mengenai seluk-beluk organisasi, petunjuk lengkap.
8. Surat langsung (*direct mail*): media ini lazim juga digunakan sebagai alat penyampai pesan kehumasan.

9. Pesan-pesan lisan (*spoken word*): penyampaian humas tidak hanya dilakukan lewat media massa tapi juga bisa dilangsungkan dalam berbagai kesempatan seperti dalam acara sarapan pagi bersama, di sela-sela pertemuan dinas, dalam pembicaraan telepon, atau dalam suatu seminar.
10. Pemberian sponsor (*sponsorship*): organisasi atau perusahaan bisa pula menjalankan kegiatan humas melalui penyediaan dana atau dukungan tertentu atas penyelenggaraan suatu acara seni, olahraga, ekspedisi, beasiswa universitas, sumbangan amal, dan sebagainya.
11. Jurnal organisasi (*house journals*): istilah ini memiliki bermacam-macam padanan, mulai dari “jurnal internal”, “buletin terbatas” sampai ke “koran perusahaan”. (Anggoro, 2008 : 86)

Keterbukaan informasi sudah dijalankan di Kementerian Agama Kota Palangka Raya Kalimantan Tengah, karena keterbukaan informasi itu kan disamping karena peraturan perundang-undangan yang berlaku wajib dilaksanakan juga karna memang kondisi sekarang masyarakatnya menuntut adanya keterbukaan itu, susah menutupi sesuatu kalo kita tidak terbuka masyarakat akan mendapatkan sumber informasi dari pihak lain dan bisa jadi informasi itu tidak benar, atau hoax, kemudian karena disampaikan dengan tidak sesuai nanti dipahaminya dengan tidak sesuai juga, keterbukaan informasi itulah yang selama ini dijalankan melalui fungsi kehumasan, publikasi data, publikasi berita, informasi dan seterusnya menjadi upaya Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah agar masyarakat mendapatkan informasi, mendapatkan data,

mendapatkan penjelasan dari sumber resminya di jajaran Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah.

Pelaksanaan tidak luput dari perencanaan. Pelaksanaan dilakukan oleh kepala Subbag Umum dan Humas. Pelaksanaan dilakukan setelah dilakukannya perencanaan yang matang. Pelaksanaan program kerja sering tidak sesuai dengan hasil perencanaan yang sudah ditetapkan. Didalam pelaksanaan sedikit banyaknya pasti terdapat kendala yang harus dihadapi dan diselesaikan. Kendala dalam pelaksanaan bermacam-macam, misalnya kurang dana, kurang sarana prasarana dalam humas, pengunduran waktu, dan tidak profesional pelaksana dalam melaksanakan program. Adapun kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan program humas di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Subbag Umum dan Humas yaitu seringkali terjadi pengunduran waktu pelaksanaan. Kendala tersebut disebabkan kesibukan yang tidak terduga didalam perencanaan. Namun, mereka memiliki prinsip bahwa tidak menjadikan masalah sebagai alasan tidak terlaksananya program yang sudah dilaksanakan. Oleh karena itu, semua itu, semua program yang direncanakan telah dilaksanakan dan berhasil mencapai tujuan yang diharapkan.

Hasil penelitian yang peneliti dapatkan bahwa hasil wawancara dari beberapa orang narasumber menghasilkan data yang sama. Kemudian, hasil data yang diperoleh dari teknik observasi dan dokumentasi juga menghasilkan data yang sama. Dapat disimpulkan, semua teknik yang

digunakan dalam penelitian tentang pelaksanaan ini mendapatkan hasil yang sama.

Berdasarkan hasil wawancara, dokumentasi, dan observasi bahwa proses pelaksanaan humas di Subbag Umum dan Humas seperti pendapat Cutlip, Center, dan Broom yang termuat dibuku Effendy (2002;102) dan dikutip oleh Ira Nur Harini dan Karwanto (2014:15) yang menyatakan bahwa proses pelaksanaan humas itu memenuhi “komunikasi, dan kegiatan mengkomunikasikan gagasan dari lembaga kepada publik serta kegiatan mengkomunikasikan gagasan dari lembaga kepada publik serta kegiatan pengkomunikasikan informasi, gagasan dan opini dari publik kepada lembaga, dengan upaya yang sungguh-sungguh untuk membina kepentingan bersama demi tercapainya kesesuaian yang harmonis antara lembaga dengan komunitas.”

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Data hasil penelitian tentang Implementasi /Pelaksanaan kehumasan pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah berdasarkan penjelasan di bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Perencanaan humas yang dilakukan Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah sudah berjalan dengan baik. Perencanaan yang sudah dilaksanakan yaitu membuat dan menentukan program yang akan dilaksanakan, jadwal pelaksanaan, anggaran, dan pelaksanaan program.
2. Pelaksanaan humas yang dilakukan Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah yaitu melakukan kerjasama dengan Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama per kabupaten yang ada di Kalimantan Tengah, melaksanakan program yang memberikan informasi pada masyarakat, melibatkan Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah dan seluruh bagian yang terdapat pada Kasubbag Umum dan Humas sebagai pelaksana program humas. Terlaksananya setiap program yang ada di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah membuktikan bahwa komunikasi yang dijalin oleh tim humas dengan bagian humas per kabupaten sudah terlaksana. Dalam pelaksanaan

kendalanya adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM), anggaran dan dukungan kebijakan serta sarana prasarana dan ketidaktepatan waktu yang menyebabkan kemunduran waktu dalam pelaksanaan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mengajukan beberapa saran dan rekomendasi untuk humas di Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah. Saran dan rekomendasi tersebut yaitu:

1. Perencanaan humas yang dilakukan Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah perlu meningkatkan kemampuan dalam memperkirakan kendala yang akan dihadapi seperti kendala yang sering terjadi yaitu ketidaktepatan waktu pelaksanaan sehingga terjadi pengunduran waktu pelaksanaan.
2. Pelaksanaan humas yang dilakukan Subbag Umum dan Humas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Kalimantan Tengah perlu meningkatkan pelaksanaan program kurangnya sarana prasarana yang dapat memberikan informasi lebih pada masyarakat, menjalin komunikasi dan kerjasama dengan Kantor Wilayah Kementerian Agama per kabupaten se Kalimantan Tengah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifudin dan Saebeni Ahmad. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Anggoro, M Linggar. 2008. *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Frida Kusumastuti. 2004. *Dasar-Dasar Humas*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Firsan Nova. 2011. *Crisis Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Gaffar Afan. 2009. *Transisi Menuju Demokrasi*. Yogyakarta: Pusaka Pelajar.
- Hasanah, 2017. *Teknik-teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)*. At-Taqaddum.
- Hasfi Nurul. 2012. *Hubungan Masyarakat*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Handoyo Eko. 2012. *Kebijakan Publik*. Semarang: CV. Widya Karya.
- Husaini Usman. *Manajemen, Teori, Praktik dan Riset Pendidikan*. Bumi Aksara.
- Iryana, Risky Kawasati. 2018. *Jurnal Teknik Pengumpulan Data Metode Kulitatif*. STAIN Sorong.
- Kristiawati Rosa. 2011. *Public Reations: Strategi dan taktik*. Pamulang: Karisma Publishing Group.
- Margono. 2014. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mukarom Zainal dan Muhibidun, Wijaya L. 2015. *Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat*: Bandung: Pustaka Setia.
- Mukarom Zainal dan Muhibidun, Wijaya L. 2015. *Manajemen Pelayanan Publik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Mulyono. 2014. *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya Tahun 2017.
- Rosady Ruslan. 2012. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rachmad Kriyantono. 2012. *Public Relations Writing*. Jakarta: Kencana.

- Sandu Siyoto,& M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Karanganyar: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Elfabeta.
- Syaodih Sukmadinata, Nana. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Taufiqurokhman. 2015. *Pandeglang Dalam Implementasi Kebijakan Peningkatan IPM*. Jakarta Pusat: Senayan.
- Ungguh Muliawan, Jasa. 2014. *Metodologi Penelitian pendidikan: Dengan Studi Kasus*. Yogyakarta: Gava Media.
- Usman Husaini. 2006. *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yunus, Hadi Sabari. 2010. *Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

