

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS
DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF PEMERINTAHAN
DESA BAGOREJO KECAMATAN SRONO
KABUPATEN BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam



Oleh:

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**
EDY MASKHURI
NIM : D20181004

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
2022**

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS
DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF PEMERINTAHAN
DESA BAGOREJO KECAMATAN SRONO
KABUPATEN BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Oleh:

EDY MASKHURI
NIM : D20181004



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Ditetujui Pembimbing


Dr. Minan Jauhari, S.Sos.I. M.Si.
NIP.19780810200910100

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS
DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF PEMERINTAHAN
DESA BAGOREJO KECAMATAN SRONO
KABUPATEN BANYUWANGI**

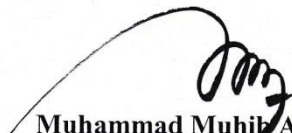
SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam


Hari : Rabu
Tanggal: 26 Oktober 2022

Tim Penguji



Ketua


Muhammad Muhib Alwi, MA
NIP. 197807192009121005

Sekretaris


David Ilham Yusuf, M.Pd.I
NIP. 19850706201931007

Anggota

1. Dr. Siti Raudhatul Jannah, M.Med.Kom ()
2. Dr. Minan Jauhari, S.Sos.I M.Si. ()

Menyetujui

Dekan Dakwah

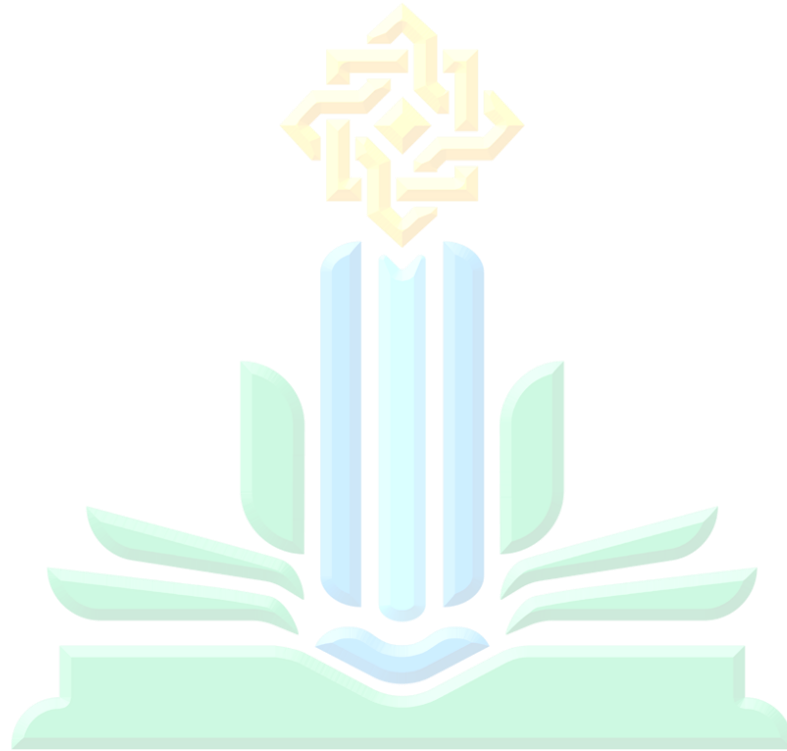



Prof. Dr. Ahidul Asror, M. Ag.
NIP. 197406062000031003

MOTTO

وَإِذَا تَعَرَّضْتُمْ لِلْغَنَاءِ رَحْمَةً مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا ﴿٢٨﴾

Artinya: Dan jika engkau berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang engkau harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang lemah lembut (Surat Al-Isra' Ayat 28).*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

* Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya* (Bandung: Al-Haramain), 397.

PERSEMBAHAN

Seiring ucapan syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT dan segenap hasil skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Nur Salim dan Sri Sunarni, Bapak dan Ibu saya yang telah membesarkan dan selalu memperjuangkan pendidikan saya hingga sekarang ini dan seterusnya.
2. Rizqi Nova Abadi kakak saya, terimakasih atas bantuan doanya selama mengerjakan skripsi ini.
3. Keluarga besar saya yang selalu mendoakan, membimbing, mendukung, menasehati dan menyemangati dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Dosen pembimbing skripsi, bapak Dr. Minan Jauhari, M.Si. yang telah meluangkan waktu dan membimbing saya dengan penuh kesabaran hingga skripsi ini selesai.
5. Keluarga Besar Ikatan Mahasiswa Banyuwangi yang sudah memberikan dukungan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat dan teman-teman saya yang telah memberikan doa dan dukungan sehingga penyelesaian skripsi berjalan dengan lancar.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur ke hadirat Allah SWT., yang telah memberikan limpahan rahmat, taufiq, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Citra Positif Pemerintahan Desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi” ini tepat pada waktunya.

Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. yang senantiasa diharapkan syafaatnya kelak di *Yaumul Qiyamah*. Keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini penulis capai karena dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis sampaikan terima kasih dengan ucapan *Jazākumullāhu aḥsanul Jazā'*, kepada:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE, MM. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq yang telah mendukung dan memfasilitasi kami selama proses kegiatan pembelajaran.
2. Prof. Dr. Ahidul Asror, M. Ag Selaku Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) KH. Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian ini.
3. Dr. Siti Raudhatul Jannah, S.Ag., M.Med.Kom. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian ini.

4. Mochammad Dawud, S.Sos, M.Sos Selaku Koordinator Progam Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk mengadakan penelitian ini.
5. Dr. Minan Jauhari, M.Si Selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Segenap civitas akademik, Fakultas Dakwah yang telah membantu dan membekali ilmu pengetahuan selama proses perkuliahan ini.
7. Bapak. Sutarji selaku Kepala Desa Bagorejo yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian di Desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi.
8. Semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan, baik dalam bentuk do'a ataupun dalam bentuk lainnya selama proses menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Ridho Allah SWT. menyertai ke mana arah kaki melangkah dan di mana langkah berpijak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya. Aamiin.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Jember, Juli 2022
J E M B E R

Penulis

ABSTRAK

Edy Maskhuri, 2022: Strategi Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Citra Positif Pemerintahan Desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi.

Penelitian ini di latar belakang karena untuk mengetahui bagaimana citra yang dimiliki oleh Pemerintah Desa Bagorejo, untuk menganalisis strategi komunikasi apa yang digunakan Humas dalam meningkatkan citra positif Pemerintahan Desa Bagorejo dan untuk menganalisis apa hambatan dan upaya yang dapat mempengaruhi citra yang dimiliki oleh Pemerintah Desa Bagorejo. Karena dalam pemerintahan Desa Bagorejo dulu kurang adanya kontribusi kepada masyarakat dalam artian ketika masyarakat sedang melakukan suatu kegiatan di Desa Bagorejo itu sendiri, pemerintahan Desa Bagorejo kurang adanya dukunga, sehingga masyarakat menganggap bahwa pemerintahan kurang andil dalam kegiatan yang adakan oleh masyarakat Desa Bagorejo itu sendiri. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui permasalahan yang ada di Desa Bagorejo tersebut.

Fokus penelitian ini adalah: 1) Bagaimana strategi komunikasi Humas Desa Bagorejo dalam mengembangkan citra positif Desa Bagorejo?, 2) Apa saja hambatan dan upaya yang dilakukan humas desa Bagorejo dalam meningkatkan citra positif Desa Bagorejo?. Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk mendeskripsikan strategi komunikasi humas desa bagorejo dalam mengembangkan citra positif Desa Bagorejo. 2) Untuk mendeskripsikan hambatan dan yang dihadapi humas Desa Bagorejo dalam mengembangkan citra positif Desa Bagorejo.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisi data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman yang terdiri dari kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji dengan menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik

Hasil dari kesimpulan penelitian ini adalah: Humas Desa Bagorejo sangat memanfaatkan media massa untuk meningkatkan citra positif desa dan juga saling bekerjasama dengan masyarakat Desa Bagorejo, selain memanfaatkan sosial media pemerintahan Desa Bagorejo juga menggunakan sistem pendekatan melalui kelompok-kelompok yang ada di desa bagorejo dan juga melakukan sosialisasi, selain bersosialisasi kepada masyarakat pemerintah juga mengadakan anjansana guna untuk menyampaikan informasi dan program yang ada di Desa Bagorejo. Pemerintah juga memanfaatkan program dari Kabupaten Banyuwangi dengan istilah “KANGGO RIKO” yang mana program tersebut sangat membantu dalam meningkatkan citra positif Desa Bagorejo. Meskipun humas mendapatkan respon yang sangat baik dari masyarakat akan tetapi ada hambatan dalam meningkatkan citra positif desa yang mana hambatan tersebut kurangnya perhatian dari sebagian masyarakat, maka dari itu untuk solusinya selalu mengedepankan mediasi atau bekerjasama dan juga diskusi bersama sebelum terjun langsung ke lapangan.

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Istilah.....	8
F. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Penelitian Terdahulu.....	12
B. Kajian Teori	20
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34
B. Lokasi Penelitian.....	34

C. Subyek Penelitian.....	34
D. Teknik Pengumpulan Data.....	35
E. Analisis Data.....	37
F. Keabsahan Data.....	40
G. Tahap-tahap Penelitian.....	41
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	42
A. Gambaran Obyek Penelitian	42
B. Penyajian Data dan Analisis.....	46
C. Pembahasan Temuan.....	61
BAB V PENUTUP.....	69
A. Simpulan.....	69
B. Saran.....	71
Daftar Pustaka.....	73
Pernyataan Keaslian Tulisan	
Lampiran-lampiran	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

No.	Uraian	Hal
2.1	Persamaan dan Perbedaan.....	15
4.1	Organisasi Desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi	44



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Komunikasi merupakan aktifitas manusia yang sangat penting. Bukan hanya dalam kehidupan organisasi, namun dalam kehidupan manusia secara umum. Komunikasi merupakan hal yang esensial dalam kehidupan kita. Kita semua berinteraksi dengan sesama dengan cara melakukan komunikasi. Komunikasi dapat dilakukan dengan cara yang sederhana sampai yang kompleks, dan teknologi kini telah merubah cara manusia berkomunikasi secara drastis.¹

Ilmu komunikasi, seperti juga antropologi atau sosiologi, dalam sejarah pertumbuhannya, ilmu komunikasi berawal sejak retorika terlahir sebagai pengetahuan dan seni berbicara secara lisan, tatap muka dalam konteks publik. Ilmu dan seni dalam menyampaikan pesan ini kemudian berkembang bukan saja dalam tataran tatap muka dengan publik, tapi juga melalui media massa.²

Humas merupakan sebuah seni sekaligus ilmu sosial dalam menganalisa kecenderungan, mampu meramalkan konsekuensinya, dan memberikan pengarahan kepada pimpinan lembaga serta melaksanakan

¹ Pohan, Desi Damayani, and Ulfi Sayyidatul Fitria, "Jenis Jenis Komunikasi," *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies* (2021): 29-37.

² Rayudaswati Budi, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Makasar : KRETAKUPA Print 2010), hal 1

program-program terencana yang bisa memenuhi kepentingan baik institusi maupun lembaga tersebut serta masyarakat yang terkait.³

Hubungan Masyarakat (Humas), merupakan bagian dari suatu perusahaan, instansi pemerintahan maupun organisasi. Terlebih lagi Humas yang memiliki kepentingan masyarakat luas seperti Humas dalam instansi pemerintahan. Dibutuhkan kecepatan dan ketepatan informasi yang disampaikan untuk membuat masyarakat menerima informasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal itu menjadikan komunikasi yang baik agar tujuan dari instansi tersebut dapat tercapai. Menjadi seorang anggota Humas merupakan jembatan bagi publik dan instansi yang dia wakili. Menjadi jembatan bagi publik dan instansi dimana seseorang bekerja membutuhkan *skill, attitude* yang baik serta tenaga yang prima untuk mencapai tujuan dengan baik..

Menurut Minan Jauhari dalam bukunya yang berjudul *Public Relation*, merupakan suatu fungsi manajemen yaitu suatu aktifitas untuk membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi suatu lembaga atau perusahaan disuatu pihak dengan publik dipihak lain.⁴ Peran pokok Humas jika dibandingkan dengan bidang profesi kewartawanan mempunyai perbedaan dalam menjalankan fungsi dan tugasnya. Persamaannya adalah sama-sama memiliki kekuatan (Power of Opinions), sedangkan perbedaannya adalah media pers dan wartawan merupakan alat kontrol sosial sedangkan atau Humas lebih menekankan fungsi untuk meggalang pengertian antar lembaga yang diwakilinya dengan publik yang menjadi target sasarannya.

³ Mulyadi, Slamet, "Perencanaan Humas dan Usaha Membangun Citra Lembaga yang Unggul," *Jurnal Studi Manajemen Pendidikan* 2.2 (2018): 125.

⁴ Minan Jauhari, *Public Relations Membangun Citra Dengan Komunikasi*, (jember; STAIN Press)

Peran ganda yang bersifat dilematik, Public Relation berperan sebagai komunikator, mediator, persuator, organisator, dan konsultan sering terjadi di masyarakat dalam era globalisasi dan penuh kompetitif sekarang ini. Bukan hanya lembaga bersangkutan menjadi babak belur dan menjadi kehilangan kepercayaan serta citra positif yang menurun tajam, masyarakat ikut-ikutan menjadi panik. Apalagi yang memusingkan adalah menghadapi tekanan dari pihak pers, pejabat pemerintah, pengamat, hingga tokoh masyarakat yang kadangkala menampilkan berita atau komentar yang tidak lagi terkendali dan terbiasa ke berbagai masalah yang tidak ada hubungannya lagi.

Berbagai situasi dan kondisi yang penuh tantangan, pihak Public Relation akan menghadapi beban yang cukup berat. Mampukah Public Relation tersebut bertanggung jawab langsung dan diberikan kesempatan yang lebih luas untuk secara langsung menghadapi, membendung, menanggulangi atau mengatasi dalam upaya memulihkan dan mempertahankan citra tersebut.⁵

Di dalam Al-Quran telah dijelaskan bahwa Humas di gunakan sebagai hubungan komunikasi dan alat untuk saling mengenal antara satu sama lain, dalam firman Allah dalam surat Al-Hujarat ayat 10 dan ayat 13 yang berbunyi :

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ﴿١٠﴾

Artinya : Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu

⁵ Rosady Ruslan, *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relation* (jakarta: PT Raja Grafindo Persada), 1-4

dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat. (QS. Al-Hujarat ayat 10)

يَأَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقَىٰكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Artinya : Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa di antara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal (QS. Al-Hujarat ayat 13)⁶

Sudah jelas dari beberapa ayat di atas dapat diambil manfaat bahwasannya Humas pada dasarnya adalah interaksi untuk saling berkomunikasi dengan satu sama lainnya, dari pemaparan surat diatas tersebut secara jelas bahwa diciptakannya manusia ke alam semesta ini tiada lain untuk saling memelihara hubungan baik dengan cara berkomunikasi antar sesamanya.

Berdasarkan ayat di atas Humas juga perlu untuk menciptakan citra yang baik, Humas memberikan informasi yang berhubungan dengan kebutuhan masyarakat. Terlebih lagi dalam suatu instansi pemerintahan yang notabene adalah untuk melayani masyarakat, dengan diberlakukannya Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, maka semua informasi yang berhubungan langsung dengan publik wajib hukumnya untuk dibuka kecuali yang terkait dengan rahasia negara. Dengan adanya Undang-undang yang mengatur mengenai informasi yang mana dapat

⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an da Terjemahnya* (Jakarta; Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an, 1979)

dan tidak dapat diberikan kepada masyarakat maka peran Humas semakin berat yang mana harus mengidentifikasi mana informasi yang dapat dikemukakan kepada masyarakat dan mana yang tidak.

Dari beberapa pengertian diatas, munculkan konsep-konsep penting ketika kita membahas Humas. Konsep-konsep tersebut adalah karakteristik Humas, tujuan, fungsi, bidang pekerjaan maupun alat-alat yang digunakan Humas dalam beraktivitas.⁷

Seluruh organisasi atau perusahaan memiliki satu tujuan yang sama untuk membangun citra positif, citra merupakan cara pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. Namun bukan hanya perusahaan tetapi lembaga pemerintahan juga memiliki fungsi manajemen humas untuk membangun citra positif. Karena instansi pemerintahan bekerja untuk masyarakat, maka tuntutan untuk/menjadi pemerintahan yang memiliki citra positif adalah keinginan masyarakat sehingga pemerintahan membangun citra positif tersebut untuk menjaga kepercayaan yang ditanamkan oleh masyarakat, karena memiliki pengaruh dengan reputasi pemerintahan.

Dalam pemerintahan desa terdapat beberapa pejabat pemerintahan yang bertugas menjalankan kegiatan pemerintahan dengan baik, salah satunya ialah bagian Humas. Humas desa merupakan unsur pembantu pimpinan pemerintahan desa yang berada di bawah dan tanggung jawab kepada desa.

⁷ Rachmat Kriyanto, *Public Relations writing* (Jakarta: Kencana, 2012), 5-6

Pemerintahan Desa memiliki struktur kerja yang sudah diatur sedemikian rupa sesuai dengan tugas, pokok dan fungsinya masing-masing.

Dari pemaparan di atas peneliti tertarik untuk meneliti dan menjadikan fenomena tersebut menjadi fokus penelitian dan mengangkat menjadi judul penelitian yaitu tentang Strategi Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana strategi komunikasi Humas dalam meningkatkan citra positif Desa Bagorejo?
2. Apa saja hambatan dilakukan humas dalam meningkatkan citra positif Desa Bagorejo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan strategi komunikasi Humas dalam meningkatkan citra positif Desa Bagorejo.
2. Untuk mendeskripsikan hambatan yang dihadapi humas dalam meningkatkan citra positif Desa Bagorejo.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terdiri dari dua manfaat, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Memberikan pengetahuan dan wawasan untuk peneliti lain dalam bidang strategi komunikasi Humas dalam mengembangkan citra positif Desa Bagorejo.

2. Manfaat praktis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat membantu bagi masyarakat untuk menambah pengetahuan dan wawasan sumber informasi mengenai Ilmu Komunikasi khususnya yang berhubungan dengan bidang Kehumasan.

a. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini diharapkan menambah wawasan dalam bidang penelitian sehingga mengetahui bagaimana pengaruh strategi komunikasi Humas dalam meningkatkan citra positif desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi

b. Bagi Pemerintah Desa Bagorejo

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan inspirasi pengetahuan terkait strategi komunikasi Humas dalam meningkatkan citra positif desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi

c. Bagi UIN KH Achmad Siddiq Jember

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah penelitian serta menambah referensi dan sumber bacaan di lingkungan dakwah khususnya di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

d. Bagi Peneliti Lain

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan literatur dan referensi apabila ingin melakukan penelitian dengan pembahasan yang sama

E. Definisi Istilah

1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan gabungan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi adalah menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil.

Semua aktifitas dan kegiatan yang dilakukan dalam kegiatan sehari-hari itu tentu dilakukan tidak asal terjadi namun semua membutuhkan rencana dan strategi agar yang kita inginkan atau tujuan kita dapat tercapai. Strategi yang berkualitas tentu harus direncanakan secara matang dan tepat, sehingga membutuhkan strategi komunikasi. Strategi komunikasi dapat membuat kegiatan komunikasi yang akan dilakukan menjadi tepat baik pesan ataupun sasarannya.

Strategi adalah konsep yang mengacu pada suatu jaringan yang kompleks dari pemikiran, ide-ide, pengertian yang mendalam, pengalaman, sasaran, keahlian yang membimbing untuk menyusun suatu kerangka pikiran umum agar kita dapat memutuskan tindakan-tindakan yang spesifik bagi tercapainya tujuan.

2. Komunikasi Humas

Komunikasi merupakan suatu proses pada manusia untuk melakukan komunikasi terhadap orang lain, untuk menyampaikan suatu informasi kepada orang lain. Humas merupakan hubungan masyarakat yang berada di dalam suatu organisasi atau di suatu lembaga.

Mahluk sosial, tentunya melakukan kegiatan bersosialisasi dengan berkomunikasi abat satu sama lainnya. Komunikasi merupakan dimana seseorang (komunikator) menyampaikan pesan, ide, gagasan atau informasi kepada orang lain (komunikan) dengan tujuan dan memberikan efek tertentu. Dengan komunikasi, seseorang dapat menyampaikan bahkan bertukar pesan dan informasi yang mereka dapatkan baik itu hanya sebatas informasi ataupun hal yang dapat mempengaruhi hidup mereka.

Komunikasi humas merupakan strategi yang berada dalam suatu organisasi atau lembaga untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan publik baik itu di dalam lembaga pemerintahan.

3. Citra

Citra merupakan tujuan pokok suatu organisasi atau lembaga yang dapat ditonjolkan secara nyata yang timbul dari pengalaman dan pengetahuan yang ada. Citra yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan kesan yang ingin di berikan kepada suatu lembaga.

Citra sering kali disebut image yang tercipta di masyarakat terhadap suatu organisasi atau perusahaan. Pengertian citra berdasarkan KBBI merupakan kata yang berarti rupa. Citra adalah kesan, perasaan gambaran dari

publik terhadap perusahaan atau organisasi, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang, atau organisasi. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa citra merupakan suatu kesan dan gambaran yang orang rasakan terhadap suatu objek baik sengaja di bentuk oleh seseorang ataupun dari suatu perusahaan atau lembaga.

Citra positif tentu saja menjadi suatu yang diidamkan setiap lembaga. Dengan adanya citra positif, kredibilitas lembaga tersebut dapat meningkat dan berpengaruh kepadanya. Citra yang diciptakan tidak dapat diukur secara angka, namun secara penilaiannya apakah nilai yang tercipta itu citra baik ataukah citra yang buruk.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Maka dibuat sistem pembahasan sebagai berikut:

Bab satu pendahuluan. Bagian ini memuat komponen dasar penelitian, yakni konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, sistematika pembahasan.

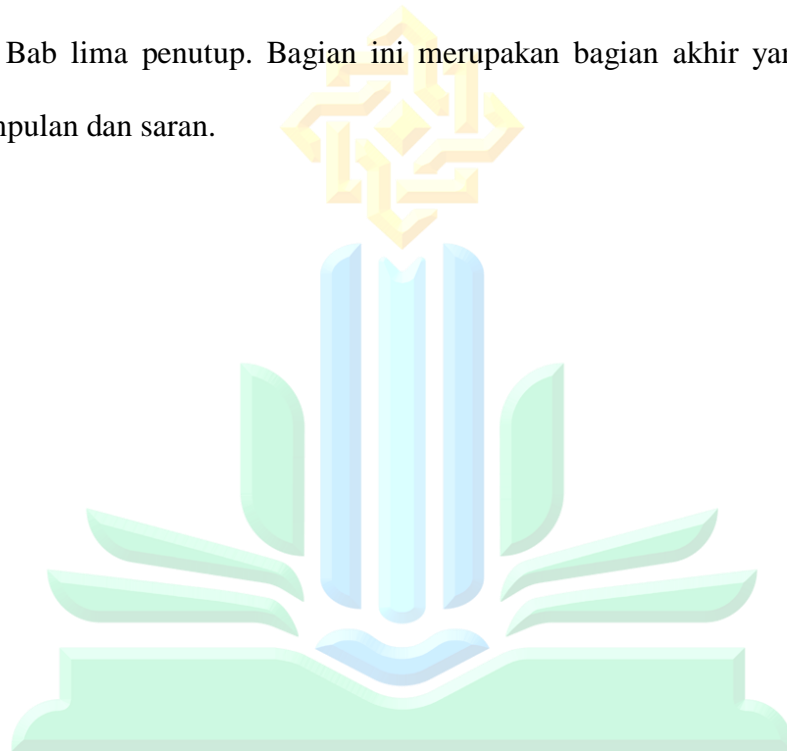
Bab dua kajian kepustakaan. Bagian ini berisi ringkasan kajian terdahulu yang memiliki kaitan atau relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, pada kajian kepustakaan juga memuat kajian teori.

Bab tiga metode penelitian. Bagian ini memuat pembahasan tentang metode yang akan digunakan meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, keabsahan data serta

tahap-tahap dalam penelitian.

Bab empat penyajian data dan analisis data. Bagian ini memuat pembahasan tentang penguraian data dan hasil penelitian tentang permasalahan yang telah dirumuskan, meliputi; penyajian data dan analisis data, dan pembahasan temuan.

Bab lima penutup. Bagian ini merupakan bagian akhir yang memuat kesimpulan dan saran.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah suatu hal yang menjadi referensi penelitian ini. Dengan demikian, diharapkan kajian terdahulu ini dapat menjadi salah satu bukti hasil penelitian terdahulu. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

1. Penelitian yang ditulis oleh Nur Risqi Aslichatul Muwahadah Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Tahun 2020, judul skripsi “Strategi Komunikasi Humas Dalam Mempertahankan Citra Pemerintahan Kota Mojokerto”. Maka hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) humas memanfaatkan media strategi seperti media online, elektronik dan cetak sebagai alat strategi komunikasi untuk menyampaikan berbagai informasi, didukung oleh tim kreatif, PR event, juga admin crew. (2) hambatan yang dihadapi dalam menjalankan strateginya serta solusinya yakni kurangnya tenaga jurnalistik dan yang bertugas sebagai analisa media juga belum ada, tetapi hal ini dapat dikonfirmasi kepada analisa jabatan untuk dapat merekrut tenaga kerja dan dilihat dari segi sarana prasarana, sulitnya berkomunikasi di sebabkan ketiga sub bagian ditempatkan di ruangan yang berbeda. Tetapi dengan adanya media sosial, kendala tersebut dapat di minimalisir.⁸ Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitiannya yaitu deskriptif.

⁸ Nur Risqi Aslichatul Muwahadah, “Strategi Komunikasi Hums Dalam Mempertahankan Citra Pemerintahan Kota Mojokerto,” (Skripsi,UIN Sunan Ampel Surabaya,2021), 90.

2. Penelitian yang ditulis oleh Febriyanti mahasiswa jurusan Ilmu Komunika. Universitas Muhammadiyah Makasar. Tahun 2020, judul skripsi “ Strategi Komunikasi Pada Pelayanan Kesehatan Masyarakat Umum Pada Rumah Sakit Sultan DG. Radja Bulukumba”. Hasil penelitian menunjukkan strategi komunikasi pelayanan kesehatan masyarakat umum pada Rumah Sakit Dg. Radja Bulukumba adalah 1) mengenal khalayak yakni setiap petugas pelayanan dalam memberikan pelayanan senantiasa mengenali khalayak dengan cara menganalisis kebutuhan khalayak. 2) kemudian penyusunan pesan yaitu melalui tahap pra interaksi yaitu petugas tahu perawat harus mengetahui latar belakang pasien untuk mempermudah dalam proses penyampaian pesan kemudian menetapkan tindakan yang harus dilakukan kepada pasien.⁹
3. Penelitian yang ditulis oleh Naila Zulfa mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Tahun 2022, judul skripsi “ Strategi Humas Dalam Menjaga Dan Meningkatkan Citra Positif Sekolah”. Hasil penelitian ini yaitu mengungkapkan bahwa strategi yang digunakan dalam menjaga dan meningkatkan citra positif di SMK Negeri 01 KUDUS adalah dengan menjaga dan meningkatkan kualitas SDM serta lulusan yang bermutu, tetap menjaga hubungan yang baik dengan publik internal maupun publik eksternal sekolah, serta melakukan berbagai promosi melalui berbagai media dan *event* tertentu. Kendala yang sering dihadapi berasal dari faktor eksternal adalah kerja sama antara sekolah dengan mitra

⁹ Febriyanti, “ Strategi Komunikasi Pada Pelayanan Kesehatan Masyarakat Umum Pada Rumah Sakit Sultan DG. Radja Bulukumba,” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makasar ,2020)6.

kerja belum terjalin secara maksimal, sedangkan kendala dari faktor internal adalah kurangnya SDM bagi pihak humas dan juga masalah finansial serta regulasi sekolah.¹⁰ Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif.

4. Penelitian yang ditulis oleh Adhitya Artha Wardhana mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam. IAIN Ponorogo. Tahun 2020, judul skripsi “Strategi Komunikasi Humas Pemkot Madiun dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintahan Melalui Media Sosial”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) strategi komunikasi Humas Pemkot Madiun dalam Menyosialisasikan Program Kerja Pemerintah Melalui Media Sosial dengan menggunakan teori perencanaan strategi lima langkah, yaitu penelitian, perencanaan, pelaksanaan, pengukuran dan pelaporan (2) Hambatan yang ditemui Humas Pemkot Madiun saat mengelola akun media sosial yaitu waktu, perbedaan pendapat wartawan Humas Pemkot dan narasumber berita, dan komentar negatif dari netizen.¹¹
5. Penelitian yang ditulis oleh Muhammad Fadhil Abdul Qodir mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Tahun 2022, judul skripsi “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Sekolah Terhadap Minat Siswa Memilih Jurusan Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran Di SMK PGRI 01 Semarang”. Hasil penelitian ini mengajukan kesimpulan, menunjukkan bahwa strategi humas dalam meningkatkan citra SMK PGRI

¹⁰ Naila Zulfa, “Strategi Humas Dalam Menjaga Dan Meningkatkan Citra Positif Sekolah,” (Skripsi, Universitas Negeri Semarang, 2020), 117.

¹¹ Adhitya Artha Wardhana, “Strategi Komunikasi Humas Pemkot Madiun Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintahan Melalui Media Sosial,” (Skripsi, IAIN Ponorogo, 2020)6.


01 Semarang yaitu (1) publikasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan yang ada di sekolah (2) menjalin komunikasi yang positif dengan pihak luar (3) sekolah berperan sebagai good image maker dengan cara meningkatkan prestasi peserta didik. Kendala yang sering dihadapi berasal dari dalam yaitu Pola koordinasi tidak terjalin dengan baik, Humas belum dianggap sebagai bagian yang berperan penting, SDM humas tidak profesional. Upaya yang dilakukan mengarahkan peserta didik berperilaku baik dan lebih berprestasi, mengintensifkan koordinasi supaya terjalin dengan baik.¹² Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang mana peneliti melakukan pengamatan yang bersifat apa adanya atau alamiah pada objek yang diteliti dengan metode deskriptif.

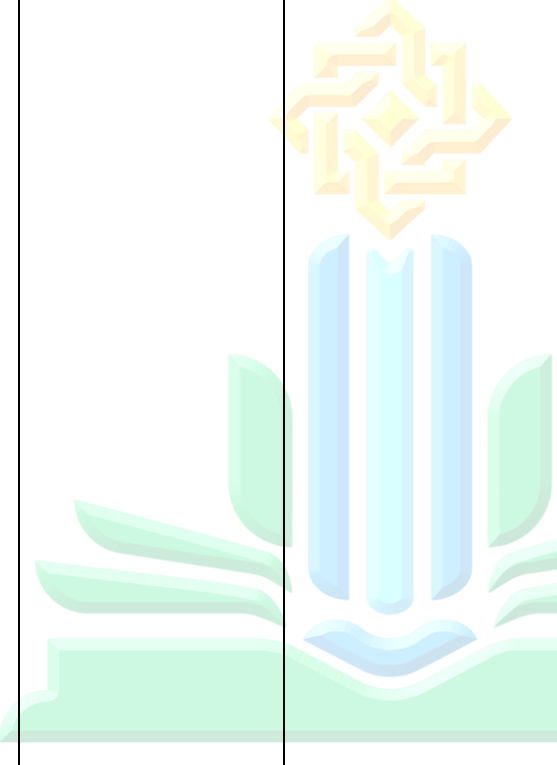
Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, dan Judul	Persamaan	Perbedaan
1	2	3	4
1	Nur Risqi Aslichatul Muwahadah Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, tahun 2021, judul skripsi “Strategi Komunikasi Humas Dalam Mempertahankan Citra Pemerintahan Kota Mojokerto”.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif	Pada penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui atau mendeskripsikan strategi komunikasi huma dalam mempertahankan citra positif pemerintahan kota Mojokerto. hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) humas memanfaatkan

¹² Muhammad Fadhil Abdul Qodir, “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Sekolah Terhadap Minat Siswa Memilih Jurusan Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran Di SMK PGRI 01 Semarang,” (Skripsi, Universitas Negeri Semarang, 2020), 95.

No	Nama, Tahun, dan Judul	Persamaan	Perbedaan
1	2	3	4
			<p>media strategi seperti media online, elektronik dan cetak sebagai alat strategi komunikasi untuk menyampaikan berbagai informasi, didukung oleh tim kreatif, PR event, juga admin crew.</p> <p>(2) hambatan yang dihadapi dalam menjalankan strateginya serta solusinya yakni kurangnya tenaga jurnalistik dan yang bertugas sebagai analisa media juga belum ada, tetapi hal ini dapat dikonfirmasi kepada analisa jabatan untuk dapat merekrut tenaga kerja dan dilihat dari segi sarana prasarana, sulitnya berkomunikasi di sebabkan ketiga sub bagian ditempatkan di ruangan yang berbeda. Tetapi dengan adanya media sosial, kendala tersebut dapat di minimalisir</p>
2	Febriyanti mahasiswa jurusan ilmu komunikasi tahun 2020, judul skripsi “ Strategi	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif.	pada fokus masalahnya yang mana pada skripsi ini membahas tentang komunikasi

No	Nama, Tahun, dan Judul	Persamaan	Perbedaan
1	2	3	4
	Komunikasi Pada Pelayanan Kesehatan Masyarakat Umum Pada Rumah Sakit Sultan DG. Radja Bulukumba”		<p> pelayanan kesehatan masyarakat umum pada rumah sakit. Penelitian ini menunjukkan pelayanan kepada pasien dalam memberikan pelayanan senantiasa mengenali khalayak dengan cara menganalisis kebutuhan khalayak dan mempermudah dalam proses penyampaian pesan kemudian menetapkan tindakan yang harus dilakukan kepada pasien. </p>
3	Naila Zulfa mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi tahun 2020, judul skripsi “ Strategi Humas Dalam Menjaga dan Meningkatkan Citra Positif Sekolah”	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif	<p> pada penelitian ini terletak pada judul yang mana peneliti ini memilih untuk melakukan studi kasus yang ada di SMK Negeri 01 Kudus. Hasil penelitian ini yaitu mengungkapkan bahwa strategi yang digunakan dalam menjaga dan meningkatkan citra positif di SMK Negeri 01 KUDUS adalah dengan menjaga dan meningkatkan kualitas SDM serta </p>

No	Nama, Tahun, dan Judul	Persamaan	Perbedaan
1	2	3	4
			<p>lulusan yang bermutu, tetap menjaga hubungan yang baik dengan publik internal maupun publik eksternal sekolah, serta melakukan berbagai promosi melalui berbagai media dan <i>event</i> tertentu. Kendala yang sering dihadapi berasal dari faktor eksternal adalah kerja sama antara sekolah dengan mitra kerja belum terjalin secara maksimal, sedangkan kendala dari faktor internal adalah kurangnya SDM bagi pihak humas dan juga masalah finansial serta regulasi sekolah.</p>
4	<p>Adhitya Artha Wardhana mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam tahun 2020, judul skripsi “ Strategi Komunikasi Humas Pemkot Madiun Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintahan Melalui Media Sosial ”</p>	<p>Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif</p>	<p>pada fokus masalahnya yang mana membahas tentang mensosialisasikan program kerja pemerintahan. Program kerja pemerintahan Humas Pemkot Madiun menerapkan lima langkah tahapan perencanaan strategi komunikasi yaitu,</p>

No	Nama, Tahun, dan Judul	Persamaan	Perbedaan
1	2	3	4
			<p>penelitian, perencanaan, pelaksanaan, pengukiran, dan pelaporan.</p>
5	<p>Muhammad Fadhil Abdul Qodir mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi tahun 2020, judul skripsi “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Terhadap Minat Siswa Memilih Jurusan Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran Di SMK PGRI 01”</p>	<p>Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif</p>	<p>Pada penelitian ini memilih untuk lebih meningkatkan minat siswa yang memilih jurusan otomatisasi yang ada di SMK PGRI 01 Semarang. Hasil penelitian ini mengajukan kesimpulan, menunjukkan bahwa strategi humas dalam meningkatkan citra SMK PGRI 01 Semarang yaitu (1) publikasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan yang ada di sekolah (2) menjalin komunikasi yang positif dengan pihak luar (3) sekolah berperan sebagai good image maker dengan cara meningkatkan prestasi peserta didik. Kendala yang sering dihadapi berasal dari dalam yaitu Pola koordinasi tidak terjalin dengan baik, Humas belum</p>

No	Nama, Tahun, dan Judul	Persamaan	Perbedaan
1	2	3	4
			dianggap sebagai bagian yang berperan penting, SDM humas tidak profesional. Upaya yang dilakukan mengarahkan peserta didik berperilaku baik dan lebih berprestasi, mengintensifkan koordinasi supaya terjalin dengan baik.

B. Kajian Teori

Dalam bab ini peneliti akan membahas tentang teori-teori dari pakar mengenai beberapa istilah yang berkaitan dengan judul skripsi yang diteliti oleh penulis sebagai landasan pemikiran dan pembahasan sehingga bentuk serta sifatnya dapat di pertanggung jawabkan.

1. Strategi Public Relation

a. Pengertian Strategi Public Relation

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata strategi mempunyai arti : a) ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai. b) ilmu dan seni memimpin bala tentara untuk menghadapi musuh dalam perang dalam kondisi yang menguntungkan.¹³

¹³ Ebta Setiawan. *KBBI Offline Versi 1, 1* (2010).

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning), dan manajemen (management) untuk mencapai satu tujuan. Strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya¹⁴.

Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sesuatu cara yang dilakukan oleh seseorang dalam suatu kondisi demi memperoleh kesuksesan yang diharapkan dan merupakan panduan dari perencanaan dan manajemen.

Sandra Oliver dalam bukunya yang berjudul *Strategi Public Relations* menyatakan bahwa definisi strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir. Ada strategi yang luas untuk keseluruhan organisasi dan strategi kompetitif untuk masing-masing aktivitas. Sementara itu, strategi fungsional mendorong secara langsung strategi kompetitif.¹⁵

Menurut William F Glueck dan Lawrence R. Jauch yang dikutip oleh Herdiana memberikan definisi strategi suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, komprehensif dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Maka dari itu untuk menghadapi persaingan yang ada diperlukan strategi yang handal dan hebat.¹⁶

¹⁴ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Jakarta:Erlangga, 2015),

¹⁵ Sandra Oliver, *Straregi Public Relations*, (Jakarta: Erlangga, 2007) h. 2

¹⁶ Herdiana A. Nana, *Manajemen Strategi Pemasaran*. (Jawa Barat : CV Pustaka Setia, 2015), h. 197-198

Bidang *Public Relations* semakin kuat dan berkembang karena berkembangnya demokrasi, dimana orang-orang memiliki kebebasan untuk mengeluarkan pendapat atau berbicara, dan mengambil berbagai keputusan dalam suatu komunitas. Kegiatan *Public Relations* adalah mediator yang menjembatani kepentingan organisasi, lembaga atau perusahaan dengan publiknya yang terkait dengan kegiatan *public relations* itu sendiri.¹⁷

Jadi dapat disimpulkan bahwa public relations menekankan pada aspek komunikasi yang bersifat timbal balik dalam rangka mencapai pemahaman, niat baik dan citra baik antara lembaga atau perusahaan dengan public.

b. Jenis-jenis Strategi Publik Relations.

Firsan Nova berpendapat bahwa strategi public relations atau yang lebih dikenal dengan bauran public relations adalah sebagai berikut.¹⁸

- 1) Publication (publikasi) adalah cara PR dalam menyebarkan informasi, gagasan, atau ide kepada khalayaknya.
- 2) Event (acara) adalah setiap bentuk kegiatan yang dilakukan oleh PR dalam proses penyebaran informasi kepada khalayak, contoh: kampanye PR, seminar, pameran, launching, CSR (Corporate Social Responsibility), Charity, dan lain-lain. Hal ini berkaitan dengan

¹⁷ Ardianto Elvinaro, *Handbook Of Public Relations, Penghantar Komprehensif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), h.5

¹⁸ Firsan Nova, *CRISIS PUBLIK RELATIONS Strategi PR menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra dan Reputasi Perusahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011) h. 54-55

penyusunan program acara, dapat dibedakan menjadi:

- a) Calendar event – Regular Event (kegiatan rutin)
 - b) Special Event – kegiatan khusus dan dilaksanakan pada momen-momen tertentu, contoh ulang tahun perusahaan, launching (peluncuran) produk, dan
 - c) Moment Event – kegiatan yang bersifat momentum, contohnya: perayaan 50 tahun perusahaan (ulang tahun Emas Perusahaan).
- 3) News (pesan/berita) adalah informasi yang dikomunikasikan kepada khalayak yang dapat disampaikan secara langsung maupun tidak langsung. Informasi yang disampaikan bertujuan agar dapat diterima oleh khalayak dan mendapatkan respon yang positif.
- 4) Corporate Identity (citra perusahaan) adalah cara pandang khalayak kepada suatu perusahaan terhadap segala aktivitas usaha yang dilakukan. Citra yang terbentuk dapat berupa citra positif maupun negatif, tergantung dari upaya apa saja yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan citra positif, demi keberlangsungan sebuah perusahaan.
- 5) Community Involvement (hubungan dengan khalayak) adalah sebuah relasi yang dibangun dengan khalayak (stakeholder, stockholder, media, masyarakat di sekitar perusahaan, dan lain-lain).
- 6) Lobbying dan negotiation (teknik lobi dan negosiasi) adalah sebuah rencana baik jangka panjang maupun jangka pendek yang

dibuat oleh PR dalam rangka penyusunan budget yang dibutuhkan. Dengan perencanaan yang matang akan membuat kegiatan yang sudah direncanakan berjalan dengan baik dan dapat meminimalisasi kegagalan.

- 7) Social Responsibility/ Corporate Social Responsibility (CSR), merupakan wacana yang sedang mengemuka di dunia bisnis atau perusahaan. Wacana ini digunakan oleh perusahaan dalam rangka mengambil peran untuk secara bersama melaksanakan aktivitasnya dalam rangka mensejahterakan masyarakat di sekitarnya.

Sedangkan menurut Harwood Child, ada beberapa strategi dalam kegiatan public relations untuk merancang suatu pesan dalam bentuk informasi atau berita, yaitu sebagai berikut.

1) Strategy of Publicity

Melakukan kampanye untuk penyebaran pesan (message) melalui proses publikasi suatu berita melalui kerja sama dengan

berbagai media massa. Selain itu, dengan menggunakan taktik rekayasa suatu berita akan dapat menarik perhatian audiensi sehingga menciptakan publisitas yang menguntungkan.

2) Strategy of Persuasion

Berkampanye untuk membujuk atau menggalang khalayak melalui teknik sugesti atau persuasi untuk mengubah opini publik dengan mengangkat segi emosional dari suatu cerita, artikel, atau fitur berlandaskan humanitas.

3) Strategy of argumentation

Strategi ini biasanya dipakai untuk mengantisipasi berita negatif yang kurang menguntungkan (negative news), kemudian dibentuk berita tandingan yang mengemukakan argumentasi yang rasional agar opini publik tetap dalam posisi yang menguntungkan.

4) Strategy of Image

Strategi pembentukan berita yang positif dalam publikasi untuk menjaga citra lembaga atau organisasi termasuk produknya. Misalnya tidak hanya menampilkan segi promosi, tetapi bagaimana menciptakan publikasi non komersial dengan menampilkan kepedulian terhadap lingkungan sosial (humanity relations and social marketing) yang menguntungkan citra bagi lembaga atau organisasi secara keseluruhan (corporate image).

Sesuai dengan tujuan utama PR yaitu untuk mengembangkan atau membangun hubungan yang baik, tidak hanya pihak pers,

tetapi juga berbagai pihak dari luar atau kalangan terkait. Dengan PR adalah fungsi manajemen, ini berarti PR adalah fungsi melekat dan tidak terlepas dari manajemen suatu organisasi. Tujuan sentral PR yang hendak dicapai secara strategis, tidak hanya berfungsi sebagai "peta" yang menunjukkan arah, melainkan menunjukkan "bagaimana" tentang operasional konsep dan strategi komunikasinya. Strategi dalam komunikasi PR merupakan perpaduan antara communication planning (perencanaan

komunikasi) dan management communication (komunikasi manajemen). Tujuan sentral PR adalah mengacu kepada kepentingan pencapaian sasaran (target) atau tujuan untuk menciptakan suatu citra perusahaan, corporate image, dan corporate culture serta brand image."¹⁹

2. Komunikasi

Komunikasi merupakan hubungan kontak antara manusia baik itu secara individu atau kelompok. Dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tidak komunikasi merupakan bagian dari kehidupan manusia sendiri, selain itu komunikasi pula sebagai hubungan atau kegiatan yang ada kaitannya dengan masalah hubungan, dapat diartikan bahwa komunikasi saling menular pikiran atau pendapat.

Ada beberapa definisi komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli. Menurut Carl I. Hovland komunikasi merupakan suatu sistem yang berusaha menyusun prinsip-prinsip dalam bentuk yang tepat untuk memindahkan suatu penerangan dan membentuk pendapat bahkan sikap. Carl I. Hovland juga mengemukakan bahwa komunikasi adalah proses dimana seseorang mengoperkan perangsang untuk mengubah tingkah laku individu-individu yang lain.²⁰

Komunikasi juga memiliki beberapa unsur sebagai berikut :

¹⁹ Elvinaro, Public Relations, Suatu Pendekatan Praktis “Kiat Menjadi Komunikator Dalam Berhubungan Dengan Publik dan Masyarakat” (Jakarta: Pustaka Bani Quraisy, 2004), 183.

²⁰ H.A.W Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi* (Jakarta:PT. Rineka Cipta, 2000), 15.

a. Sumber

Sumber adalah yang digunakan dalam penyampaian pesan dan digunakan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri.

b. Komunikator

Dalam berkomunikasi, setiap orang ataupun kelompok dapat menyampaikan pesa-pesan komunikasi itu sebagai suatu proses, dimana komunikator dapat menjadi komunikan dan sebaliknya komunikan bisa menjadi komunikator.

c. Pesan

Pesan merupakan keseluruhan dari apa yang disampaikan komunikator. Pesan dapat secara panjang lebar mengupas berbagai segi, namun inti dari pesan komunikasi akan selalu mengarah pada tujuan komunikasi itu.

d. Saluran/Channel

Channel merupakan saluran penyampaian pesan, bisa juga disebut dengan media. Dan media komunikasi itu sendiri dapat dikategorikan dalam dua bagian:

1) Media umum adalah media yang digunakan oleh segala bentuk komunikasi, misalnya TV, HP dan sebagainya.

2) Media massa adalah media yang digunakan untuk komunikasi massal, pers, film dan lain sebagainya.

e. Komunikasi dapat digolongkan menjadi tiga jenis, yaitu personal, kelompok dan komunikasi massa.

- 1) Komunikasi pesona merupakan komunikasi yang ditunjukkan kepada sasaran yang tunggal.
- 2) Komunikasi kelompok yaitu komunikasi yang ditunjukkan kepada kelompok tertentu.
- 3) Komunikasi massa merupakan komunikasi yang ditunjukkan kepada massa atau berkomunikasi yang menggunakan media massa.²¹

f. Efek

Efek adalah hasil akhir dari suatu komunikasi. Yakni sikap tingkah laku orang sesuai atau tidak sesuai dengan yang di inginkan.

3. Strategi Komunikasi

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik, efek dari proses komunikasi bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan.²²

Menurut para ahli komunikasi salah satunya William j. Me Guire menyatakan untuk melancarkan komunikasi yang lebih baik mempergunakan pendekatan A-A Procedor (from Attention to Action Producedure) dengan lima langkah yang disingkat AIDDA = (A) attention

²¹ H.A.W Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi* (Jakarta:PT. Rineka Cipta, 2000), 37.

²² Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung:PT. Citra Aditya Bakti, 2003), 45-49.

(perhatian, (I) interest (minat), (d) desire (hasrat), (D) decision (keputusan), (A), action (kegiatan).

Dimulainya komunikasi membangkitkan perhatian akan menjadikan suksesnya komunikasi. Setelah munculnya perhatian muncul kemudian diikuti dengan upaya menumbuhkan minat yang merupakan tingkatan lebih tinggi dari perhatian. Minat merupakan titik pangkal untuk timbulnya hasrat. Selanjutnya seorang komunikator harus pandai membua hasrat tersebut untuk menjadi keputusan komunikasi untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan.

a. Fungsi Komunikasi

Secara umum fungsi komunikasi

- 1) Dapat menyampaikan pikiran atau perasaan.
- 2) Tidak terasing atau terisolasi dari lingkungan.
- 3) Dapat mengajarkan atau memberitahukan sesuatu.
- 4) Dapat mengetahui atau mempelajari dari peristiwa di lingkungan.
- 5) Dapat mengenal diri sendiri.
- 6) Dapat memperoleh hiburan atau menghibur perasaan orang lain.
- 7) Dapat mengurangi atau menghilangkan perasaan tegang.
- 8) Dapat mengisi waktu luang.
- 9) Dapat menambahkan pengetahuan dan merubah sikap serta perilaku kebiasaan.
- 10) Dapat membujuk atau memaksa orang lain agar berpendapat bersikap atau berperilaku sebagaimana diharapkan.

Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu komunikasi suatu pengantar mengutip kerangka berpikir William I. Gordon mengenai fungsi-fungsi komunikasi yang dibagi menjadi empat bagian.

1) Fungsi Komunikasi Sosial

Komunikasi itu penting membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, kelangsungan hidup untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan. Pembentukan konsep diri. Konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita.²³

2) Fungsi Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi kita) melalui pesan-pesan non verbal.

3) Fungsi Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual sering dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dalam acara tersebut orang mengucapkan kata-kata dan menampilkan perilaku yang bersifat simbolik²⁴.

4) Fungsi Komunikasi Instrumen

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap

²³ Rayudaswati Budi, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Makasar, KRETAKUPA Print, 2010) 13.

²⁴ Ibid

dan keyakinan dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga untuk menghibur suatu peristiwa komunikasi sesungguhnya sering kali mempunyai fungsi-fungsi tumpang tindih, meskipun salah satu fungsinya sangat menonjol dan mendominasi²⁵.

4. Humas/Public Relation

Yang dimaksud *Public Relation* dalam studi konsep-konsep dasar untuk memahami *Public Relation* sebagaimana yang disebutkan oleh Rosady Ruslan dalam bukunya yang berjudul *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*.

Disebutkan bahwa *Public Relation* merupakan komunikasi timbal balik (two way communication) antara lembaga agar saling pengertian dengan publik yang mempunyai tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi atau pelayanan jasadannya sebagainya, untuk kemajuan suatu lembaga atau citra positif di lembaga tersebut.²⁶

Sementara itu menurut Scott M. Culp & Allen H. Center menyebutkan *public relation* ialah proses kesinambungan dari usaha manajemen untuk mendapatkan kerjasama serta saling pengertian kepada publik masyarakat internal maupun eksternal. Hal ini juga diperkuat oleh Deny Griswold yang menjelaskan bahwa *public relation* mempunyai fungsi sebagai manajemen yang menilai sikap publik menunjukkan

²⁵ Ibid

²⁶ Rosady Ruslan *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997),1

kebijakan serta prosedur dari seseorang individual ataupun sebuah lembaga atas dasar kepentingan publik.²⁷

Berdasarkan pengalaman Public Relation dari beberapa pakar diatas peneliti mengambil kesimpulan bahwa Public Relation merupakan tindakan upaya yang dilakukan oleh suatu lembaga dalam melakukan kerjasama yang baik antara pihak internal maupun eksternal untuk mencapai suatu tujuan yang sama.

a. Fungsi Hubungan Masyarakat

Sasaran hubungan masyarakat adalah sasaran komunikasi manajemen. Dalam usaha mencapai tujuan secara efektif, manusia-manusia yang terjadi sasaran hubungan masyarakat dibagi menjadi dua kelompok, yakni khayalak dalam (internal) dan khayalak luar (eksternal).

1) Hubungan ke dalam

Hubungan ke dalam (internal) pada umumnya yaitu hubungan dengan para karyawan. Humas sebagai representasi organisasi, harus menciptakan dan selanjutnya membina komunikasi dua arah secara timbal balik, baik komunikasi secara vertikal maupun komunikasi secara horisontal. Dengan demikian Humas dalam konteks hubungan ke dalam organisasi berfungsi sebagai mediator.²⁸

²⁷ Nurtanio Agus P, M.Pd & Rahmania Utari M.Pd Buku Pengantar Kuliah Humas Pendidikan. Program Studi Manajemen Pendidikan Jurusan Administrasi Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta, 2017 hal 4

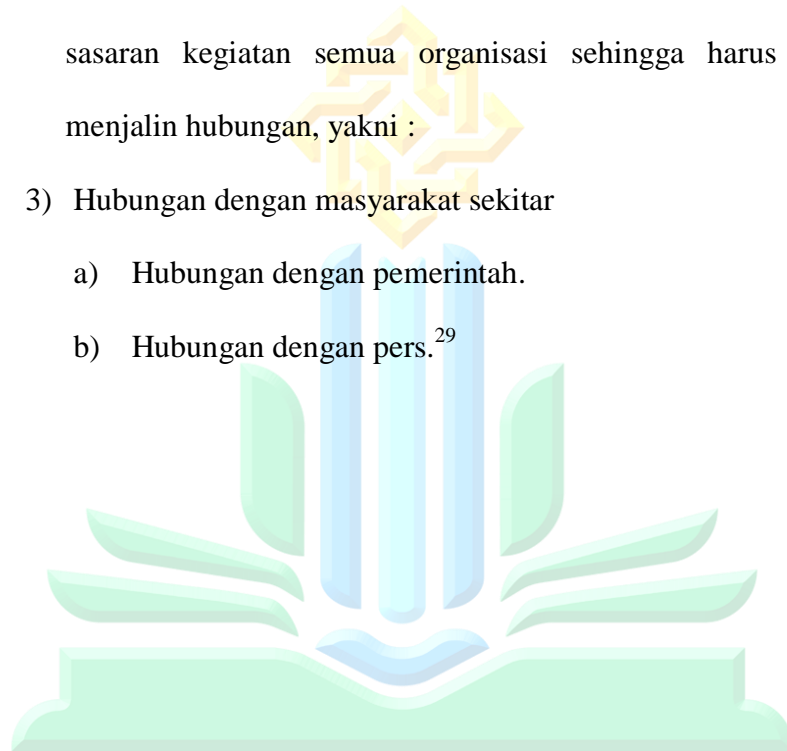
²⁸ Onong Uchajana Effendy, Ilmu Komunikasi, h. 135-136

2) Hubungan ke luar

Hubungan ke luar (eksternal) dilakukan dengan khalayak di luar organisasi. Khalayak yang harus menjadi sasaran pembinaan bergantung pada sifat dan ruang lingkup organisasi itu sendiri. Meski demikian, ada beberapa khalayak yang sama-sama menjadi sasaran kegiatan semua organisasi sehingga harus senantiasa menjalin hubungan, yakni :

3) Hubungan dengan masyarakat sekitar

- a) Hubungan dengan pemerintah.
- b) Hubungan dengan pers.²⁹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

²⁹ Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunikasi, h. 136-137.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan langkah atau cara dalam mencari, merumuskan, menggali data, menganalisis, membahas dan menyimpulkan masalah dalam penelitian. Pada tahap ini dijelaskan beberapa teknis metode yang digunakan dalam penelitian.

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi komunikasi humas dalam meningkatkan citra positif pemerintahan Desa Bagorejo. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian ini dianggap cocok untuk mengkaji dan mendeskripsikan tentang strategi komunikasi Humas dalam mengembangkan citra positif pemerintah Desa Bagorejo.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat atau objek yang akan digunakan untuk tempat penelitian dilaksanakan. Lokasi penelitian ini berada di Desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi. Tetapi peneliti lebih memfokuskan pada Humas yang ada di Desa Bagorejo.

C. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah subyek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti. Subyek penelitian juga bisa berupa tempat di mana obyek (variabel) berupa atau melekat. Jika bicara tentang subyek penelitian, maka sebenarnya bicara tentang unit analisis, yakni subyek yang menjadi pusat perhatian atau sasaran penelitian.

Pemilihan subyek penelitian (informan) dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik snowball. Metode pengambilan sampel ini melibatkan sumber data primer yang mencalonkan sumber data potensial lainnya yang akan dapat berpartisipasi dalam studi penelitian. Metode Snowball murni berdasarkan rujukan dan begitulah cara seorang peneliti dapat menghasilkan sampel.

Subjek penelitian ini adalah:

1. Kepala Desa Bagorejo.
2. Humas Desa Bagorejo.
3. Masyarakat Desa Bagorejo.
4. Kasi kesejahteraan masyarakat.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun rincian teknik pengumpulan data tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dan sengaja melalui proses pengamatan dan pendekatan terhadap gejala-gejala yang diselidiki. Melalui observasi peneliti dapat belajar tentang kenyataan objek yang ada di lapangan. Jenis observasi yang digunakan yaitu observasi partisipatif, yaitu peneliti terlibat langsung dengan kegiatan yang berlangsung yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber penelitian.

Agar hasil observasi dapat direkam dengan baik, peneliti mencatat alat hasil observasi dan alat perekam kegiatan. Metode ini menggunakan pengamatan atau penginderaan langsung terhadap suatu benda, kondisi, situasi, proses atau perilaku yang terjadi di lapangan.

Data yang diperoleh dari observasi adalah:

- a. Strategi komunikasi Humas Desa Bagorejo dalam meningkatkan citra positif Desa Bagorejo.
- b. Hambatan yang dilakukan Humas Desa Bagorejo dalam meningkatkan citra positif Desa Bagorejo.

2. Wawancara

Wawancara adalah salah satu bentuk instrumen jenis non tes yang dilakukan untuk mendapatkan informasi melalui percakapan dan tanya jawab, baik secara langsung maupun tidak langsung.³⁰ Peneliti menggunakan wawancara jenis semi terstruktur, yaitu peneliti bebas menanyakan apa aja yang ingin peneliti ketahui. Namun, pertanyaan-pertanyaan tersebut tetap berpegang pada pedoman wawancara untuk mempermudah informasi dalam memberikan jawabannya. Tujuan dari jenis wawancara ini adalah agar menemukan permasalahan secara terbuka dan memperoleh jawaban yang lengkap dan mendalam.

Data yang diperoleh dari wawancara adalah:

- a. Strategi komunikasi Humas di Desa Bagorejo itu bagaimana.
- b. Apakah Humas Desa Begorejo juga menggunakan media sosial

³⁰ Mohammad Sahlan, *Evaluasi Pembelajaran: panduan praktis bagi pendidik dan calon pendidik*, (Jember: STAIN Jember Press, 2013), 127

- c. Hambatan yang dilakukan humas di desa bagorejo itu bagaimana.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang, studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Hasil penelitian akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada.³¹ Peneliti memotret fenomena yang terjadi untuk kevaliditasan data yang bisa di pertanggung jawabkan dalam penelitian. Adapun data yang diperoleh dengan metode dokumentasi ini yaitu tentang strategi komunikasi humas dalam meningkatkan citra positif pemerintahan desa bagorejo.

Data yang diperoleh dari dokumentasi adalah:

- a. Sejarah berdirinya Desa Bagorejo Kecamatan Srono.
- b. Profil Desa Bagorejo Kecamatan Srono.
- c. Dokumentasi hasil wawancara.
- d. Dokumen lain yang relevan dari berbagai sumber yang diakui validitasnya.

E. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori,

³¹ Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 124-125

menjabarkan ke dalam unit-unit, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang harus dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.³²

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif model Miles and Huberman yang terdiri dari:³³

1. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Dalam kondensasi data merujuk pada proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi, dan mentransformasikan data yang terdapat pada catatan lapangan maupun transkrip dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

a. *Selecting*

Menurut Miles and Huberman, penelitian harus bertindak selektif yaitu menyatukan dimensi-dimensi mana yang lebih penting. Hubungan-hubungan mana yang mungkin lebih bermakna, dan sebagai konsekuensinya informasi apa yang dapat dikumpulkan dan dianalisis.

b. *Focusing*

Miles and Huberman menyatakan bahwa memfokuskan data merupakan bentuk pra-penelitian. Pada tahap ini, peneliti memfokuskan data yang berhubungan dengan rumusan masalah penelitian. Tahap ini merupakan kelanjutan dari tahap seleksi data. peneliti hanya membatasi data yang berdasarkan rumusan masalah.

³² Sugiyono, *Metode penelitian*, 245

³³ Mathew B Miles and Huberman, *Analisis data kualitatif, terj. Rohindi Rosidi*, (Jakarta: UI Press, 2014), 15

c. *Abstracting*

Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti. proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada di dalamnya. Pada tahap ini, data yang telah terkumpul dievaluasi, khususnya yang berkaitan dengan kualitas dan kecakapan data. Jika data tersebut menunjukkan terhadap fokus penelitian maka data tersebut digunakan untuk menjawab masalah yang diteliti.

d. *Simplying and Transforming*

Data dalam penelitian ini selanjutnya disederhanakan dan transformasikan dalam berbagai cara yakni seleksi ketat, melalui ringkasan dan uraian singkat, menggolongkan data dalam satu pola yang lebih luas dan sebagainya. Untuk menyederhanakan data, peneliti mengumpulkan data setiap proses dan konteks sosial dalam table.

2. Penyajian data (*Data Display*)

Penyajian data adalah menyajikan data yang sudah dikondensasikan sebagai sekumpulan informasi yang tersusun dan memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Melalui penyajian data dapat dipahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan.

3. Penarikan kesimpulan (*Conclussions Drawing/ Verifications*)

Penarikan kesimpulan atau verifikasi data merupakan kegiatan untuk menarik data yang ditampilkan. Pada tahap ini peneliti berusaha mencari makna dari data yang telah direduksi dan terbagi atau terkumpul dengan

jalan membandingkan, mencari pola, tema, hubungan persamaan, mengelompokkan dan memeriksa hasil yang diperoleh dalam penelitian.³⁴

F. Keabsahan Data

Pada bagian ini memuat bagaimana usaha-usaha yang hendak dilakukan peneliti untuk memperoleh keabsahan data-data temuan di lapangan. Agar diperoleh temuan yang absah, maka perlu diteliti kredibilitasnya dengan menggunakan teknik-teknik keabsahan data.³⁵ Dalam penelitian ini menggunakan dua teknik untuk mengecek keabsahan data yaitu sebagai berikut:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi sumber dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh dari guru dibandingkan dengan kepala sekolah dan peserta didik.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misal data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi.

³⁴ Mathew B Miles and Huberman, *Analisis data kualitatif, terj. Rohindi Rosidi*, 17

³⁵ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 48.

G. Tahap-tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian ini menguraikan rencana pelaksanaan penelitian yang diteliti oleh peneliti, mulai dari penelitian pendahuluan, pengembangan desain, penelitian sebenarnya, dan sampai pada penulisan laporan.³⁶ Adapun tahapan-tahapan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Tahap Pra Lapangan

Yaitu tahapan awal yang dilakukan oleh peneliti sebelum melakukan penelitian. Dimulai dari pengajuan judul penelitian dan latar belakang penelitian, serta mengecek secara langsung lokasi dan objek yang diteliti. Kemudian membuat proposal penelitian yang dikonsultasikan kepada dosen pembimbing.

2. Tahap Pekerjaan Lapangan

Yaitu tahap dimana peneliti mulai terjun langsung ke lokasi penelitian untuk memperoleh dan mencatat data-data yang ditulis dalam laporan hasil penelitian melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

3. Tahap Analisis Data

Tahap ini merupakan tahap akhir dari proses penelitian, pada tahap ini peneliti mengelola data yang telah diperoleh dari berbagai sumber saat penelitian. Peneliti juga akan membuat kesimpulan yang disusun ke dalam laporan hasil penelitian.

³⁶ Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Jember: IAIN Jember Press, 2020), 48.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

Pada Bab ini dipaparkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yang mana data atau informasi yang didapatkan diolah berdasarkan temuan dan hasil penelitian selama dilapangan. Dalam hal ini hasil yang didapatkan oleh peneliti dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap informan yang telah ditetapkan, kemudian informasi dari hasil penelitian diolah. Adapun informan yang ditetapkan oleh peneliti di antaranya yaitu informan utama Kepala Desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi, serta informan tambahan. Pemilihan informan dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan oleh peneliti pada saat penelitian ini.

1. Sejarah Singkat Berdirinya Desa Bagorejo

Sejarah Desa disusun berdasarkan sebagai bukti-bukti/ peninggalan yang terdapat dilingkungan Desa serta menurut sumber cerita dari para sesepuh desa Desa Bagorejo dan masyarakat, juga perangkat Desa/Kepala Dusun yang dapat dipercaya adalah sebagai berikut:

Sejarah Desa Bagorejo tidak jauh berbeda dengan sejarah Desa yang lainnya. Desa Bagorejo berdiri pada tanggal 08 Oktober 1869 yang di pimpin oleh seorang tokoh masyarakat yang bernama Bapak Kartoyam.³⁷

Pada awalnya sebelum Bapak Kartoyam memerintah di Desa Bagorejo, jauh sebelumnya tinggal seorang pemuka Agama Islam atau Kyai yang

³⁷ Obversavi di Desa Bagorejo Srono, Banyuwangi, 24 Juni 2022

bernama Mbah Muniran/Kyai Imam Feqih, yang konon beliau adalah yang pertama kali babat alas di Desa Bagorejo ini. Konon jauh sebelum Desa ini diberi nama Desa Bagorejo, desa ini banyak sekali terdapat Pohon Mlinjo atau disebut Pohon Bago, maka akhirnya Desa ini diberi nama Desa Bagorejo.

2. Letak Geografis Desa Bagorejo

Secara geografis Desa Bagorejo terletak di wilayah Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi. Desa Bagorejo ini terletak sangat strategis karena berada di samping jalan yang mana dekat sekali dengan wilayah pasar Bagorejo dan beberapa Lembaga Pendidikan seperti sekolah dan TPQ.³⁸

Desa ini dibatasi oleh desa-desa tetangga sebagai berikut:

- a. Sebelah utara berbatasan dengan Desa Rejoagung Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi.
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Blambangan Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi.
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Sukonatar Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi.
- d. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Sumberewu Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi.

Desa Bagorejo terdiri dari dua dusun yaitu Dusun Umbulrejo dan Dusun Krajan yang masing masing dipimpin oleh seorang Kepala Dusun. Desa Bagorejo ini juga dikelilingi oleh bantaran sungai dan

³⁸ Observasi di Desa Bagorejo Srono, Banyuwangi, 24 Juni 2022

lahan pertanian sehingga batas-batas desa terdapat di sungai dan area persawahan. Sebelum memasuki Desa Bagorejo jika dari arah utara melewati sungai dan area persawahan. Jalan yang terdapat di Desa Bagorejo sebagian besar sudah beraspal akan tetapi di beberapa titik sudah terjadi kerusakan karena seringkali dilewati kendaraan yang bermuatan besar.

3. Struktur Desa Bagorejo

Sebagai pelaksana dan penyelenggara kegiatan pemerintahan di Desa BAGOREJO Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi adalah sebagai berikut:

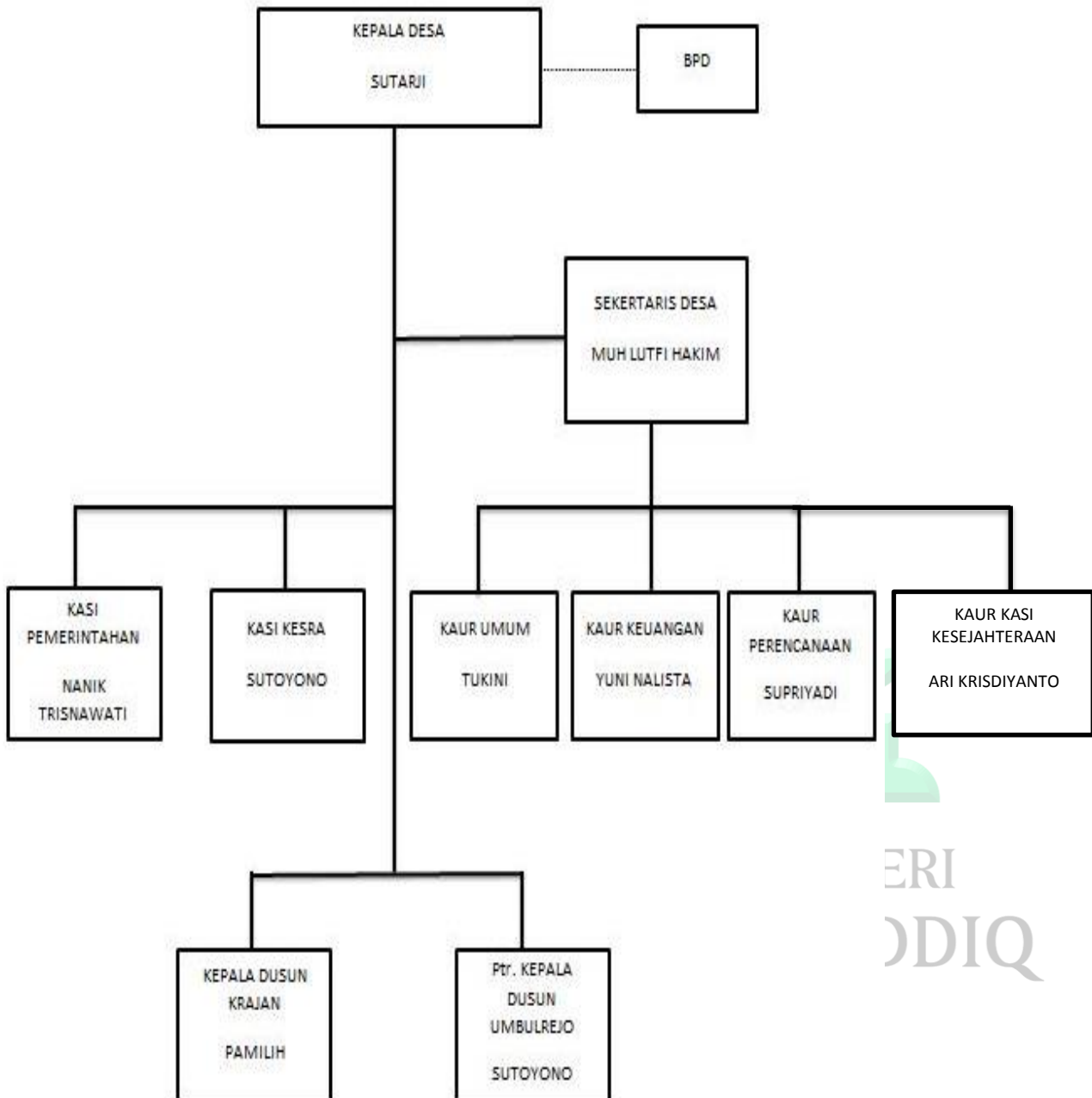
Tabel 4.1
Organisasi Desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi

NO	NAMA	JABATAN
1	SUTARJI	Kepala Desa
2	MUH. LUTFI HAKIM, S.Pd.I	Sekretaris Desa
3	SUPRIYADI	Kaur Perencanaan
4	SUTOYONO	Kaur Umum
5	TUKINI	Kaur Keuangan
6	NANIK TRISNAWATI, SE	Kaur Pemerintahan
7	YUNI NALISTA	Kaur Kesra
8	SUTRISNO PAMILIH	Kasun Krajan
9	SUTOYONO	Ptr. Kasun Umbulrejo
10	ARI KRISDIYANTO	Kaur Kasi Kesejahteraan

Adapun struktur organisasi Pemerintahan Desa Bagorejo

Kecamatan Srono adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Pemerintahan Desa Bagorejo Kecamatan Srono
Kabupaten Banyuwangi



B. Penyajian Data dan Analisis

Penelitian telah dilaksanakan di Kantor Desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini berupa wawancara mendalam secara langsung ke lokasi penelitian untuk mendapatkan data mengenai bagaimana strategi humas dalam meningkatkan citra positif Desa Bagorejo. Pada penelitian agar lebih kuat harus disertai penyajian data, kemudian data tersebut dianalisis dengan metode analisis data sehingga menghasilkan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Pengumpulan data pada penelitian ini ada di bagi menjadi tiga yaitu, observasi, wawancara, dan juga agar lebih kuat lagi di tambahkan dengan dokumentasi selama penelitian dilaksanakan.

Langkah selanjutnya yaitu diuraikan data-data mengenai strategi komunikasi humas dalam meningkatkan citra positif Desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi. Dijelaskan pada rumusan masalah maka difokuskan pada dua hal yakni : (1) bagaimana strategi komunikasi humas dalam meningkatkan citra positif Desa Bagorejo kecamatan srono kabupaten banyuwangi, (2) apa saja hambatan yang dilakukan humas Desa Bagorejo dalam meningkatkan citra positif Desa Bagorejo. Berikut ini adalah penyajian data dan analisis dari masing-masing fokus penelitian.

1. Strategi komunikasi humas dalam meningkatkan citra positif Desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi

Peneliti melakukan wawancara dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada Kepala Desa atau pihak yang berkaitan langsung

dengan judul skripsi ini. Humas pemerintahan merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka tugas penyebaran informasi kebijakan, program dan kegiatan-kegiatan lembaga pemerintah kepada masyarakat. Humas pemerintah dapat menyampaikan informasi dan menjelaskan kebijakan, tindakan, serta aktivitas tertentu dalam melaksanakan tugas ke pemerintahannya. Memberikan informasi secara teratur tentang kebijakan, rencana-rencana, serta hasil kerja lembaga serta memberikan pengertian kepada masyarakat tentang peraturan perundangan dan segala sesuatu baik kepada masyarakat dan kepada pejabat dalam lembaga.

Humas memegang peran penting dalam suatu lembaga, hal ini dikarenakan humas merupakan jembatan diantara instansi dengan masyarakat. Dengan adanya humas, hubungan antara lembaga dengan pemerintahan juga terjalin dengan baik dan mengerti anatar situasi satu sama lain.

Mulanya peneliti menanyakan beberapa pertanyaan dasar mengenai tugas dan fungsinya sebagai Humas Desa Bagorejo. Adapun dari paparannya mengenai tugas dan fungsinya menurutnya tugas yang diberikan sudah sesuai dengan peraturan Bupati Banyuwangi dan menurutnya juga sudah dijalankan sesuai dengan fungsi dan proporsinya masing-masing.

Setelah mengetahui tugas dan fungsinya, peneliti menanyakan mengenai bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan Humas desa Bagorejo dalam menjalankan tugas dan fungsinya sehingga dapat

dilakukan dengan baik dan benar.

Berdasarkan wawancara dengan Kepala Desa Bagorejo mengutarakan bahwa:

“Dalam bidang komunikasi, khususnya dalam urusan informasi publik dalam meningkatkan citra desa, kami melakukan strategi salah satunya bekerjasama dengan para Ketua RT dan Ketua RW. Di lapangan kami melakukan framing kepada seluruh ketua RT dan RW dengan melakukan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan citra positif desa, dan juga kami menyampaikan kepada masyarakat sesuai dengan kenyataan.³⁹”

Dapat dipaparkan bahwasannya Humas Desa Bagorejo dalam meningkatkan citra positif pemerintahan desa Bagorejo yaitu Humas dalam menyampaikan informasi atau program yang ada di pemerintahan Desa Bagorejo itu mereka bekerjasama dengan tokoh dan ketua RT maupun ketua RW, sehingga dalam penyampaian tersebut dapat di terima oleh masyarakat Desa Bagorejo.

Selain strategi komunikasi yang di lakukan humas, peneliti juga penasaran bagaimana strategi komunikasi spesifik yang digunakan agar menaikkan citra positif Desa Bagorejo. Dengan begitu peneliti melontarkan pertanyaan mengenai strategi komunikasi yang digunakan oleh humas Desa Bagorejo.

“Dalam meningkatkan citra positif Pemerintah kabupaten Langkat selain dari yang dijelaskan di atas, kami terus melakukan inovasi dengan memanfaatkan Teknologi Informasi melalui kanal informasi resmi yang ada di dunia maya seperti website, facebook, Instagram, twitter, youtube. Dengan memanfaatkan kanal sosial media tersebut penyebaran informasi dengan framing positif dapat

³⁹ Sutarji, diwawancarai penulis, Banyuwangi, 20, Juni 2022

dengan cepat sampai ke masyarakat dan berita selalu update dengan cepat.⁴⁰”

Berdasarkan informasi yang didapatkan dari wawancara diatas maka strategi yang digunakan humas Desa Bagorejo dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat bukan hanya melalui ketua RT maupun RW melainkan menggunakan sosial media supaya mempermudah masyarakat untuk mengetahui seputar informasi yang telah di sampaikan humas terhadap khalayak atau masyarakat setempat. Dengan adanya sistem seperti itu dalam penyampaian informasi bisa menguntungkan atau menaikkan citra desa tersebut. Informasi yang di sampaikan juga berdampak positif, meskipun dikemas sedemikian rupa.

Terlebih lagi masyarakat sekarang sangat terbuka dan melek teknologi dan informasi, hanya dengan menggunakan telepon genggam dan akses internet berita dan informasi yang ingin dicari didapat dengan mudah. Akses teknologi inilah yang dimanfaatkan oleh humas Desa Bagorejo sebagai sarana meningkatkan citra positif pemerintahan Desa Bagorejo ke arah yang semakin positif.

Berdasarkan informasi yang disampaikan kepada masyarakat peneliti penasaran dan bertanya kepada kepala Desa bagorejo mengenai sejauh mana transparansi yang dilakukan oleh Humas Desa Bagorejo, serta apa pengaruh dari transparansi informasi kepada masyarakat terhadap citra yang dimiliki oleh pemerintahan Desa Bagorejo. Karena ketika suatu lembaga memberikan informasi secara terbuka. Tentu sedikit banyak pasti

⁴⁰ Sutarji, diwawancarai penulis, Banyuwangi, 20 Juni 2022

ada pengaruh kepada lembaga itu sendiri. Dengan itu kepala Desa Bagorejo mengatakan :

“Tranparansi informasi selalu kami lakukan dalam setiap publikasi yang kami lakukan dengan mengemas informasi sedemikian rupa tanpa mengesampingkan orisinilitas berita, dengan mengacu pada Undang-Undang Keterbukaan Infomasi Publik Nomor 14 Tahun 2018, serta kode etik jurnalistik”

Dengan penjelasan Kepala Desa Bagorejo mengenai trasnparansi informasi yang diberikan oleh mereka, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwasnya mereka melakukan transparansi informasi kepada masyarakat namun dengan mengemas informasi tersebut sehingga dapat menguntungkan atau menaikkan citra tersendiri dari informasi yang diberikan. Sebagai Humas Desa Bagorejo yang mana menyampaikan informasi kepada, masyarakat.

Selain mewawancarai kepala desa peneliti juga mewawancarai humas atau sekertaris desa yang mana di susunan struktur kepegawaian menjabat sebagai sekretaris Desa Bagorejo. Sebagai humas Desa Bagorejo yang mana menyampaikan informasi kepada publik adalah bagian dari tugas humas. Dalam hal ini peneliti menanyakan kepada informan terkait interaksi masyarakat terhadap penyampaian informasi melalui media massa atau publik, dan Humas Desa Bagorejo mengatakan bahwa:

“untuk masalah strategi yang digunakan oleh pemerintahan Desa Bagorejo dalam mengupayakan bagaimana citra positif itu tetap berkesan kepada masyarakat itu ada beberapa hal. Yang jelas Desa Bagorejo itu mempunyai struktur organisasi didalamnya, dari kades kemudian sekdes kemudian kasi atau kepala seksi kemudian kepala urusan dan kepala dusun”⁴¹

⁴¹ Muhammad Lutfi Hakim, diwawancarai penulis, Banyuwangi 21 juni 2022

Dari struktur inilah yang mana sangat mempengaruhi visi dan misi kepala desa itu bisa tercapai, dari sini tim tersebut yang mana dari sekretaris desa sendiri itu bersifat mengatur bagaimana regulasi, dokumentasi yang ada di dalam kantor Desa Bagorejo berjalan, untuk kepala seksi ada dua yang mana kepala seksi urusan kesejahteraan masyarakat dan kepala seksi urusan pemerintahan dan ini yang akan terjun langsung kepada masyarakat dan juga di situ akan dibantu langsung oleh Kepala Dusun, Kasi Kesra atau Kepala Seksi Kesejahteraan Masyarakat ini mendata beberapa yang sifatnya itu terkait dengan kebutuhan pokok yang harus terpenuhi oleh masyarakat. Sedangkan untuk kepala seksi pemerintahan sendiri itu terkait dengan masalah pemerintahan, seperti masalah keamanan dan lain sebagainya.

Seperti halnya yang disampaikan oleh Muhammad Lutfi Hakim selaku sekretari Desa Bagorejo:

“terus masalah citra positif yang jelas karna sifatnya pelayanan, itu bagaimana pemerintahan desa itu secara tanggap untuk merespon apapun yang terjadi di masyarakat, ketika masyarakat itu kesulitan dalam melakukan administrasi di desa maka kita sebagai pihak desa harus menyambut dan membantu semaksimal mungkin”⁴²

Dari penjelasan di atas ketika masyarakat itu mengalami kesulitan, nah sebagai contoh terkadang masyarakat itu sungkan kepada kepala desa atau mungkin mau datang langsung ke kantor itu sungkan, mungkin mereka masih menganggap bahwasanya pemerintahan masih seperti dulu. Seharusnya rasa seperti itu sudah harus dihilangkan pada saat ini, dan

⁴² Muhammad Lutfi Hakim, diwawancarai penulis, Banyuwangi, 21 Juni 2022

Alhamdulillah pemahaman minset pada masyarakat itu sudah berkurang. Bisa saja ketika masyarakat masih ada yang mempunyai rasa sungkan bisa minta tolong kepada RT atau Kepala Dusun setempat, atau mungkin langsung bisa datang di pemerintahan desa.

Mungkin dengan adanya masyarakat yang masih sungkan ketika melakukan administrasi ketika datang langsung ke kantor Desa Bagorejo. Desa Bagorejo bisa menggunakan sistem e-Samdes yang mana sistem tersebut bisa memudahkan masyarakat untuk melakukan pelayanan yang terkait dengan Desa Bagorejo, pada layanan tersebut, digunakan dua aplikasi yaitu e-Samdes. Untuk e-Samdes, sebagai aplikasi berbasis android yang digunakan mendapatkan kode bayar dan informasi tagihan pajak PKB.

Dalam aplikasi e-Samdes tersebut, ada sejumlah fitur dan wajib pajak bisa memilih fitur pembayaran pajak, dilanjutkan memasukkan kode pembayaran melalui 5 angka seri belakang nomor polisi (nopol) kendaraan serta Nomor Induk Kependudukan (NIK) wajib pajak. Setelah itu, baru melakukan pembayaran dengan aplikasi e-Samdes.

Mungkin dengan adanya sistem tersebut bisa memudahkan bagi semua masyarakat Desa Bagorejo untuk melakukan administrasi dan tanpa datang langsung ke kantor Desa Bagorejo.

Yang disampaikan oleh sekretaris desa Muhammad Lutfi Hakim yaitu:

”yang jelas kita bisa langsung turun ke masyarakat, jadi setiap apa-apa yang terjadi di masyarakat, seumpamanya ada masalah

kejadian kifayah/kematian kepala desa dan seperangkat desa ikut takziah”⁴³

Dari penjelasan di atas bahwasannya selain membantu dalam pelayanan administrasi desa pihak desa juga ikut andil dalam kegiatan masyarakat di Desa Bagorejo, yang dimaksud dalam ikut andil didalam masyarakat Desa Bagorejo dapat dijelaskan ketika ada salah satu masyarakat ada yang meninggal pihak pegawai Kantor Desa Bagorejo menyempatkan waktunya untuk mengikuti takziah kerumah masyarakat yang sedang tertimpah musibah, maka dapat di jelaskan bahwa pemerintahan Desa Bagorejo juga mempunya rasa peduli kepada masyarakatnya, terlebih perhatian kepada orang-orang yang tidak mampu, sebatangkara, tidak mampu dalam hal ekonomi kemudian dalam hal yang sifatnya terkait dengan disabilitas atau mungkin masalah perlindungan-perlindungan, karena hal pokok yang harus di penuhi pada masyarakat adalah pendidikan, kesehatan, dan juga ekonomi.

Dengan adanya bantuan yang diberikan oleh pihak Desa Bagorejo kepada masyarakat Desa Bagorejo bisa membantu humas dalam meningkatkan citra Desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi. Maka dari itu program tersebut merupakan salah satu kunci atau ujung tomba bagi pemerintahan Desa Bagorejo khususnya pada bagian kehumasan sebagai strategi untuk meningkat citra desa itu sendiri.

Dari pendidikan sendiri Desa Bagorejo menyediakan program kejar paket yang dibiayai oleh pemerintahan desa bagi anak yang putus sekolah,

⁴³ Muhammad Lutfi Hakim, diwawancarai penulis, Banyuwangi, 21 Juni 2022

untuk masalah ekonomi ketika pihak desa melihat masyarakat yang kurang mampu dari dana APBDES atau alokasi dana dari desa itu bisa dibantu lewat program yang mana ini dari turunan kabupaten yang disebut dengan istilah “KANGGO RIKO”. Sedangkan untuk masalah kesehatan setiap desa mempunyai pelayanan desa di situ bisa dipergunakan untuk masyarakat yang sedang sakit untuk dibawa ke puskesmas atau ke rumah sakit terdekat. Disamping itu juga dengan adanya program “KANGGO RIKO” dari kabupaten itu sendiri maka bisa memudahkan untuk masyarakat tidak lagi sungkan dalam meminta pertolongan terkait apa yang mereka alami seperti masyarakat yang sedang sakit bisa menghubungi pihak desa.

Di samping itu pihak desa juga harus mendengarkan serap asih dari masyarakat Desa Bagorejo, menurut Muhammad Lutfi Hakim sebagai sekretaris desa mengatakan bahwa:

“masalah serap aspirasi kita punya mitra kerja yaitu BPD (badan permusyawaratan desa), jadi masyarakat dalam hal apapun bisa mengaspirasikan lewat BPD untuk diaspirasikan atau dibawah ke kepala desa atau masyarakat bisa menyuarakan kehendaknya, kebutuhannya, atau keluhan-keluhan yang sifatnya darurat.”⁴⁴

Dari penjelasan diatas bahwasannya pemerintahan desa mempunyai banyak cara untuk meningkatkan citra pemerintahan desa bagorejo supaya masyarakat tidak lagi mempunyai rasa malu atau sungkan kepada pihak desa. Dengan adanya BPD masyarakat bisa menyampaikan apa yang mereka rasakan ketika pemerintahan Desa Bagorejo melakukan program-

⁴⁴ Muhammad Lutfi Hakim, diwawancarai penulis, Banyuwangi, 21 Juni 2022

program yang sekiranya tidak sesuai dengan apa yang dilakukan dan masyarakat bisa menyampaikan keluhan mereka demi citra Desa Bagorejo lebih membaik dan lebih maju untuk kedepannya.

Selain dengan berbagai cara yang dilakukan oleh pihak Desa Bagorejo, Desa Bagorejo juga memanfaatkan sosial media milik Desa Bagorejo yang mana disampaikan oleh Muhammad Lutfi Hakim selaku sekretaris Desa Bagorejo:

“Interaksi antara humas dan masyarakat berjalan dengan baik, karena penyampain ini sangat di respon baik oleh masyarakat demi mengetahui informasi langsung dari pihak desa masyarakat tidak perlu datang langsung ke balai desa, karena untuk semua informasi bisa diakses melalui media massa dengan mudah dan bisa dilakukan dimana saja.⁴⁵”

Berdasarkan jawaban yang disampaikan bagian Humas Desa Bagorejo bahwasannya masyarakat sangat menerima dengan baik atas penyampain informasi yang disampaikan melalui media massa, dan adanya interaksi yang dilakukan antara pihak desa maupun masyarakat kedua saling bekerjasama dan menjaga citra desa, namun secara tupoksi dalam menjaga citra desa yang lebih berperan dalam menjaga citra Desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi. Dengan adanya interaksi yang dilakukan oleh humas dan masyarakat bisa menciptakan timbal balik yang dialami oleh masyarakat kepada humas itu sendiri.

Dengan adanya serhasih yang dilakukan oleh pemerintahan Desa Bagorejo kepada masyarakat sekitar bisa menimbulkan timbal balik yang mana timbal balik tersebut bisa membantu pihak Humas ataupun

⁴⁵ Muhammad Lutfi Hakim, diwawancarai penulis, Banyuwangi, 21 Juni 2022

masyarakat Desa Bagorejo untuk saling memahami bagaimana kinerja yang telah dilakukan oleh Humas Desa Bagorejo. Karena serah asih sendiri merupakan suatu bentuk keluh kesah yang dialami oleh masyarakat dalam mentaati dan menjaga nama baik Desa Bagorejo itu sendiri.

Dalam melakukan penelitian ini peneliti juga melakukan wawancara kepada pegawai Desa Bagorejo guna mendapatkan informasi atau data supaya data yang didapat menjadi bahan tambahan dalam penelitian skripsi ini. Didasari rasa ingin tahu bagaimana melihat pemerintahan Desa Bagorejo, maka peneliti menanyakan beberapa pertanyaan kepada beberapa masyarakat desa Bagorejo.

“Kalau menurut pandangan saya yang mas, pemerintahan desa bagorejo cukup baik dalam menjaga imej dan meningkatkan citra pemerintahannya walaupun masih banyak yang harus dibenahi. Karena kalau dianggap sangat baik standar untuk hal tersebut juga belum terpenuhi karena masih banyak yang harus diperbaiki oleh pemerintahannya sendiri.⁴⁶” Ungkap maula

Dalam penjelasan diatas dapat kita ketahui sesungguhnya meskipun desa sudah dibilang baik dalam penyampaian atau meningkatkan citra positifnya. Dari jawaban tersebut bentuk humas dalam meningkatkan citra positif yang ada di Desa Bagejo tersebut yaitu melakukan program-program yang ada di Desa Bagorejo itu sendiri. Program-program yang ada di Desa Bagorejo salah satunya yaitu memberikan bantuan bagi masyarakat Desa Bagorejo yang sangat membutuhkan dan juga meberikan paket pendidikan untuk anak-anak yang mengalami putus sekolah. Akan

⁴⁶ Maula, diwawancarai penulis, Banyuwangi, 23 Juni 2022

tetapi masih belum bisa dibilang sangat baik, karena masih banyak juga yang harus di benahi sehingga dengan adanya pembenahan yang dilakukan oleh pihak desa bagorejo maupun humas desa bagorejo bisa menjadi lebih baik kedepannya. Maka dari jawaban diatas pertanyaan yang peneliti tanyak kepada pegawai desa bagorejo masih banyak hal-hal yang harus dibenahi oleh pihak desa bagorejo baik itu dalam meningkatkan citra positif desa maupun penyampaian informasi masyarakat atau khayalak publik.

Bukan hanya itu saja peneliti juga memberikan pertanyaan lainnya terkait humas dalam meningkatkan citra positif desa bagorejo kecamatan srono kabupaten banyuwangi kepada kepala staf administrasi yang mana disampaikan:

“kalau pandangan saya ya le, ya sudah baik lah yang saya lihat selama ini sudah berjalan dengan semaksimal mungkin untuk humas dalam meningkatkan citra positif desa sini, meskipun masih banyak hal yang harus di benahi lagi kedepannya, yang penting sudah menjalankan sesuai tugasnya saja itu sudah sangat baik menurut saya le.”⁴⁷

Dari apa yang disampaikan oleh kepala staf administrasi bahwasannya untuk humas sendiri sudah berjalan dengan baik dan sesuai dengan aturan tugasnya, baginya pemerintahan desa bagorejo sendiri sudah terpandang baik dimata masyarakat Desa Bagorejo yang mana sudah melakukan tugasnya dengan baik dan sesuai dengan apa yang diperintahkan oleh pemerintahan itu sendiri.

⁴⁷ Chamud Abdul Aziz, Diwawancarai penulis, Banyuwangi, 23 Juni 2022

Selain penulis mewawancarai Kepala Desa dan sekretaris Desa penulis juga mewawancarai kepala kasi kesejahteraan atau disebut juga humas untuk mendapatkan informasi yang lebih terkait strategi humas dalam meningkatkan citra positif desa. Yang mana disampaikan oleh ari krisdiyanto selaku Kasi Kesejahteraan atau humas sebagai berikut:

“jadi gini, untuk strategi yang ada didesa kami terkait humas itu kita melakukan pendekatan ke masyarakat, akan tetapi pendekatannya lewat kelompok-kelompok yang ada didesa bagorejo, selain pendekatan kita juga melakukan sosialisasi kepada masyarakat agar masyarakat itu mengerti peran terkait humas di pemerintahan desa”.⁴⁸

Dari penjelasan informan di atas bahwasannya humas mempunyai strategi yang mana strategi tersebut yaitu dengan cara pendekatan dan sosialisasi kepada masyarakat terkait peningkatan citra positif Desa Bagorejo supaya masyarakat juga mengerti dan faham peran humas yang ada di desa bagorejo tersebut. Dengan adanya strategi seperti itu humas cukup terbantu dalam menyampaikan program-program yang ada di Desa Bagorejo.

Dalam penjelasan mengenai apa yang sudah disampaikan oleh Humas Desa Bagorejo. Dengan adanya pendekatan melalui kelompok-kelompok yang ada di Desa Bagorejo merupakan salah satu bentuk kinerja yang dilakukan Humas Desa Bagorejo dalam meningkatkan citra positif yang ada di Desa Bagorejo itu sendiri. Selain melalui kelompok-kelompok yang ada di Desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi Humas juga melakukan kerjasama kepada RT dan RW yang sudah di

⁴⁸ Ari Krisdianto, diwawancarai penulis, Banyuwangi, 22 juni 2022

sampaikan oleh

Setelah di lakukan wawancara di desa bagorejo penulis juga melakukan obervasi yang mana obversasi tersebut berkaitan tentang pemerintahan desa bagorejo dalam meningkatkan citra positif desa bagorejo yang mana obversavi tersebut sudah di jelaskan oleh kasi kesejahteraan yaitu melalui pendekatan lewat kelompok-kelompok yang ada di desa bagorejo dan juga bersosialisasi, hal tersebut di kauptkan oleh hasil pada gambar tersebut.⁴⁹

Gambar 4.2
Sosialisasi dan Anjongsana Kepada RT dan RW yang dihadiri oleh Humas, Kepala Dusun, Babinsa dan Masyarakat



2. Hambatan apa yang dihadapi Humas Desa Bagorejo dalam meningkatkan citra positif Desa Bagorejo

Dalam melakukan tugas di setiap instansi tentu saja ada yang namanya hambatan-hambatan dalam melakukan atau meningkatkan citra positif maka dari itu peneliti juga menanyakan hal apa yang yang menghambat dan upaya apa saja yang dilakukan Humas dalam meningkatkan citra positif Desa Bagorejo tersebut. Adapun hambatan yang dialami Humas Desa Bagorejo disampaikan melalui wawancara yang

⁴⁹ Obversasi di Desa Bagorejo Kecamatan Srono, Banyuwangi, 24 Juni 2022

mana mengutarakan:

“kalo masalah hambatan yang jelas namanya orang berusaha yang jelas ada kendala ada beberapa yang bisa diatasi dan membuat keadaan dan situasi menjadi aman”⁵⁰

Dalam penjelasan yang sudah dijelaskan oleh Muhammad Lutfi Hakim selaku sekretaris Desa Bagorejo bahwasannya hambatan yang tidak terlalu kecil besar dan terlalu signifikan yang masih dapat diatasi dan membuat keadaan dan situasi menjadi aman dan terkendali seperti semula. Disetiap hambatan tentu saja ada solusi yang dapat menyelesaikan permasalahan tersebut. Maka dari itu kami selalu mengedepankan mediasi dan melakukan komunikasi dengan masyarakat dan pihak lainnya. Dalam hal ini mereka berkerjasama saling membantu satu sama lain dalam menyelesaikan hambatan yang terjadi di masing-masing lokasi agar lebih dekat dan secara langsung guna menjawab segala hambatan yang dialami oleh masyarakat bagaimana kinerja Humas Desa Bagorejo yang terjadi kesalah pahaman dan menjelaskan kepada masyarakat kebenaran yang terjadi. Dengan begitu citra yang dimiliki Pemerintahan Desa Bagorejo dapat kembali positif dan mendapatkan kepercayaan oleh masyarakat kembali.

Dalam setiap kegiatan baik pasti akan mengalami yang namanya hambatan dan disetiap hambatan pasti ada solusi dalam menyelesaikan suatu hambatan tersebut, yang dapat ditarik dari penjelasan strategi humas dalam meningkatkan citra positif Desa Bagorejo Kecamatan Srono

⁵⁰ Muhammad Lutfi Hakim, diwawancarai penulis, Banyuwangi, 21 Juni 2022

Kabupaten Banyuwangi. Pada wawancara saat itu peneliti menanyakan langsung kepada humas desa bagorejo yang mana disampaikan:

“Kami selalu mengedepankan mediasi melalui komunikasi terhadap hambatan maupun informasi yang terjadi, dan kami dalam mengatasi hambatan tersebut yaitu melakukan diskusi bersama karena ya mas, selain dari humas sendiri yang terjun langsung dalam peningkatan citra kami juga berkerjasama dengan semua tokoh masyarakat mas.”⁵¹

Dalam hal ini mereka bermediasi dan saling bekerjasama saling membantu satu sama lain untuk menyelesaikan hambatan yang ada dan mencari solusi dan upaya untuk meningkatkan citra positif desa bagorejo tersebut. Dengan begitu citra yang dimiliki desa bagorejo kecamatan srono dapat kembali dan mendapatkan kepercayaan masyarakat kembali.

Upaya yang dilakukan oleh desa bagorejo selagi itu bisa dikomunikasikan lewat via telfon atau WA maka diajak diskusi lewat via telfon atau WA, tetapi jika disara masih ada kendala dalam pemahaman maka kita turun langsung ke masyarakat desa bagorejo.

C. Pembahasan Temuan

1. Strategi komunikasi Humas Desa Bagorejo dalam meningkatkan citra positif Desa Bagorejo

Strategi Humas Desa Bagorejo dalam meningkatkan citra positif yaitu sangat berjalan dengan baik dan mendapatkan respon dari masyarakat sekitar karena strategi yang digunakan oleh humas disana yaitu memanfaatkan media massa dan juga berkerja sama dengan para ketua RT dan RW dalam meningkatkan citra positif Desa Bagorejo. Selain

⁵¹ Muhammad Lutfi Hakim, diwawancarai penulis, Banyuwangi, 21 Juni 2022

bekerjasama dengan ketua RT dan RW humas Desa Bagorejo juga melakukan pendekatan melalui kelompok-kelompok yang ada di Desa Bagorejo seperti kelompok karang taruna dan juga kelompok BPD, yang dimaksud dengan adanya kerjasama dengan kelompok BPD yaitu supaya memudahkan humas dalam menyampaikan suatu program yang ada di Desa Bagorejo.

Dari hasil temuan yang di jelaskan oleh peneliti hal tersebut bisa dikaitkan dengan teori yang dikemukakan oleh Harwood Child yang mana dijelaskan bahwa strategi dalam bentuk kegiatan untuk merancang suatu pesan dalam bentuk informasi. Melakukan kampanye untuk penyebaran pesan (message) melalui proses publikasi suatu berita melalui kerja sama dengan berbagai media masa. Selain itu, dengan menggunakan taktik rekayasa suatu berita akan dapat menarik perhatian audiensi sehingga menciptakan publikasi yang menguntungkan.

Selain memudahkan kinerja humas BPD juga bisa membantu masyarakat untuk menyampaikan keluhan kesah yang dialami masyarakat sekitar, dan juga dalam melakukan strategi di dalam pemerintahan desa mempunyai struktur yang mana akan sangat mempengaruhi visi dan misi kepala desa. Karena dengan adanya sebuah struktur desa maka pemerintahan desa bisa menjadi kesatuan rencana yang menyeluruh.

Temuan diatas juga dikemukakan oleh William F Glueck dan Lawrence R. Jauch yang di kutip oleh Herdiana:

“definisi strategi suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, komprehensif dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan”.⁵²

Dari hasil temuan setelah peneliti melakukan observasi serta informasi dari informan bahwa strategi yang dilakukan Humas dalam meningkatkan citra positif yang mana memanfaatkan media masa dan juga bekerja sama dengan tokoh masyarakat setempat. Dengan temuan di atas maka humas bisa mendapatkan respon baik dari masyarakat.

Temuan di atas sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Scott m. Culp & Allen h. Center menyebutkan:

”Publik Relation ialah proses kesinambungan dari usaha manajemen untuk mendapatkan kerjasama serta saling pengertian kepada publik masyarakat baik itu internal maupun eksternal.”⁵³

Hal tersebut juga diperkuat oleh Deny Griswold yang menjelaskan bahwa

“Public Relation mempunyai fungsi sebagai manajemen yang menilai sikap public menunjukkan kebijakan serta prosedur dari seseorang individual ataupun sebuah lembaga atas dasar kepentingan publik”.⁵⁴

⁵² Herdiana A. Nana, Manajemen Strategi Pemasaran. (Jawa Barat : CV Pustaka Setia, 2015),h. 197-198

⁵³ Rosady Ruslan, Kiat dan Strategi Kampanya Publik Relation (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997),1

⁵⁴ Nurtanio Agus p, M.Pd & Rahmania Utari M.Pd, Buku Pengantar Kuliah Humas Pendidikan Program Studi Manajemen Pendidikan Jurusan Administrasi Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yagoyakarta, 2017 hal 4

Setelah dilakukan pengkajian hasil temuan dari informasi yang peneliti dapatkan dan dikaitkan dengan kajian teori dapat disimpulkan bahwasannya strategi yang digunakan oleh humas yaitu penggunaan media massa dan berkejasama untuk meningkatkan citra positif Desa Bagorejo. Dan juga dari pemerintahan Desa Bagorejo selain memanfaatkan sosial media yang ada juga mempunyai program yang di lakukan oleh pemerintahan desa dalam meningkatkan citra positif desa bagorejo.

Dari hasil temuan yang dilakukan oleh peneliti dalam melakukan program yang ada di desa bagorejo, yang mana program tersebut yaitu pendekatan kepada masyarakat dan juga sosialisasi kepada masyarakat supaya dalam hal ini masyarakat paham dan mengerti peran humas dalam meningkakan citra positif desa

Hal diatas sama seperti yang di kemukakan oleh Carl I. Hovland sebagai berikut:

”komunikasi merupakan suatu sistem yang berusaha menyusun prinsip-prinsip dalam bentuk yang tepat untuk memindahkan suatu penerangan dan membentuk pendapat bahkan sikap.”⁵⁵

Untuk strategi yang ada di desa terkait humas yaitu melakukan pendekatan ke masyarakat, akan tetapi pendekatan tersebut melalui kelompok-kelompok yang ada di Desa Bagorejo dan juga selain melakukan pendekatan ke masyarakat humas juga melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Karena dengan adanya pemerintahan desa melakukan

⁵⁵ H.A.W Widjaja, Ilmu Komunikasi Pengantar Studi (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2000), 15.

sosialisasi terhadap masyarakat menjadi lebih mudah dalam menyampaikan program-program yang ada di pemerintahn Desa Bagorejo selain itu, pemerintahan desa juga bekerja sama dengan seperangkat tokoh-tokoh yang ada di desa termasuk kepala dusun dan RT atau RW setempat.

Hal tersebut juga di kemukakan oleh para ahli yaitu Scott m. Cultip & Allen h. Center mengatakan:

“Public Relation ialah proses kesinambungan dari usaha managemen untuk mendapatkan kerjasama serta saling perhatian kepada publik masyarakat internal maupun eksternal”

Dengan adanya teori yang sudah di kemukakan oleh Scott M. Cultip & Allen H. Center. Humas Desa Bagorejo juga menggunakan program yang ada di Kabupaten Banyuwangi yaitu dengan program yang disebut “KANGGO RIKO” karena dengan adanya program tersebut humas melakukan kerjasama dan juga merupakan suatu proses kesinambungan antara pemerintahan Desa Bagorejo dan juga pemrintahan Kabupaten Banyuwangi.

Hal ini juga di perkuat oleh Deny Griswold yang mana di jelaskan:

“bahwa public relation mempunyai fungsi sebagai manajemen yang menilai sikap publik menunjukkan kebijakan serta prosedur dari seseorang individual ataupun sebuah lembaga atas dasar kepentingan

publik”⁵⁶

Dari hasil temuan di atas menjelaskan bahwa kerja sama itu sangatlah penting bagi pemerinthan desa untuk meningkatkan citra positif Desa Bagorejo, karena dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti yaitu cara yang sangat efisien bagi pemerintahan dalam meningkatkan citra desanya adalah melakukan pendekatan melalui kelompok-kelompok yang ada di Desa Bagorejo dan juga melakukan sosialisasi terhadap masyarakat Desa bagorejo. Pendekatan melalui kelompok yang mana dapat di jelaskan yaitu saling bekerjasama dalam bentuk ketika pemerintahan Desa Bagorejo mempunyai salah satu program yang berupa memberikan bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan maka pemerintahan bisa langsung bekerjasama dengan sekelompok karang taruna untuk melihat atau mensurvei masyarakat mana saja yang berhak mendapatkan bantuan tersebut. Dengan penjelasan yang sudah di paparkan oleh peneliti maka dapat di kaitkan dengan pendapat yang telah dikemukakan oleh Firsan Nova yang mana berpendapat bahwa strategi sebagai, event (acara) adalah setiap bentuk kegiatan yang dilakukan oleh humas atau pemerintahan Desa Bagorejo kepada khalayak atau masyarakat dengan bentuk pemberian bantuan yang diadakan oleh pemerintahan Desa Bagorejo.

⁵⁶ Nurtanio Agus P, M.Pd & Rahmania Utari M.Pd Buku Pengantar Kuliah Humas Pendidikan. Program studi Manajemen Pendidikan Jurusan Administrasi Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta, 2017 hal 4

2. Hambatan apa yang dihadapi Humas Desa Bagorejo dalam meningkatkan citra positif Desa Bagorejo

Dalam melakukan tugas di setiap instansi tentu saja ada yang namanya hambatan-hambatan dalam melakukan atau meningkatkan citra positif. Upaya yang dilakukan oleh Humas Desa Bagorejo di pemerintahannya untuk meningkatkan citra positif, yang tentu peneliti juga tertarik dengan bagaimana citra yang dimiliki oleh Desa Bagorejo tersebut.

Dengan adanya hambatan yang ada di dalam kinerja Humas Desa Bagorejo maka pihak pemerintahan Desa Bagorejo dengan menanggulangi tindakan tersebut mereka selalu mengedepankan mediasi melalui komunikasi terhadap hambatan maupun informasi yang terjadi, dan kami dalam mengatasi hambatan tersebut yaitu melakukan diskusi bersama dengan meningkatkan citra kami.

Humas Desa Bagorejo dalam menjalankan tugas sebagai humas dalam meningkatkan citra desa tidak luput dari hambatan hambatan yang dilaluinya, dan dalam mengatasi hambatan-hambatan yang ada humas Desa Bagorejo selalu mengedepankan mediasi melalui komunikasi antara pemerintahan desa dan masyarakat supaya. Program-program yang telah diberikan oleh pemerintahan khususnya informasi yang disampaikan oleh Humas Desa Bagorejo dapat berjalan dengan baik.

Temuan di atas sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Rosady Ruslan tentang Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation yaitu:

”Publik Relation merupakan komunikasi timbal balik (two way communication) antara lembaga agar saling pengertian dengan publik yang mempunyai tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi atau pemberdayaan jasa dan sebagainya.⁵⁷”

Dalam setiap kegiatan baik pasti akan mengalami yang namanya hambatan dan disetiap hambatan pasti ada yang namanya upaya atau solusi.

Setelah dilakukan kajian terhadap hasil temuan dan teori yang ada, ditemukan bahwa strategi komunikasi humas dalam meningkatkan citra Desa Bagorejo dapat disimpulkan bahwa untuk hambatan yang dialami humas dalam hal tersebut yaitu humas pemerintahan desa selalu mengedepankan mediasi melalui komunikasi supaya tidak lagi ada hambatan yang tidak perlu terjadi dan juga sebelum terjun kelapangan sendiri dari pihak humas pemerintahan desa mengadakan diskusi agar ketika menyampaikan sesuatu ke masyarakat bisa mendapatkan respon yang sangat baik, karena dengan adanya respon dari publik atau masyarakat maka bisa dilihat dari situlah cara humas pemerintahan desa dalam meningkatkan citra positif desanya.

⁵⁷ Rosady Ruslan, Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997), 1

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang strategi komunikasi humas dalam meningkatkan citra positif desa bagorejo kecamatan srono kabupaten banyuwangi dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi. Strategi komunikasi humas di Desa Bagorejo mendapatkan respon yang sangat, karena Humas Desa Bagorejo selain menyampaikan suatu informasi yang baik dan benar kepada masyarakat Desa Bagorejo, Humas Desa Bagorejo juga mempunyai strategi yang mana strategi tersebut yaitu Humas Desa Bagorejo melakukan sosialisasi kepada masyarakat Desa Bagorejo melalui pendekatan kepada kelompok-kelompok yang ada di Desa Bagorejo seperti melalui kelompok karang taruna dan kelompok PKK baik langsung terjun ke lapangan untuk menyampaikan kepada masyarakat.

Humas Desa Bagorejo ketika menyampaikan informasi juga memanfaatkan media massa bukan hanya memanfaatkan media massa yang ada di Desa Bagorejo, melainkan juga Humas meminta kerja sama kepada Ketua RT dan RW ketika pemerintahan Desa Bagorejo mempunyai program yang ingin disampaikan kepada masyarakat Desa Bagorejo. Disamping itu pemerintahan Desa Bagorejo juga melakukan anjang sana kepada masyarakat dengan adanya program yang seperti itu maka Humas

Desa Bagorejo lebih mudah untuk menyampaikan informasi yang ada di Desa Bagorejo.

Pemerintahan Desa Bagorejo lebih khususnya Humas Desa Bagorejo yang mana dalam meningkatkan citra yang ada di Desa Bagorejo mereka juga memberikan bantuan kepada masyarakat Desa Bagorejo yang membutuhkan seperti halnya memberikan bantuan pelayanan kesehatan, ketika ada masyarakat yang sakit dan tidak ada biaya untuk berobat, maka Desa Bagorejo akan membantu dengan semaksimal mungkin dan bukan hanya itu saja. Pemerintahan Desa Bagorejo juga memberikan bantuan pendidikan kepada anak yang putus sekolah melalui program-program yang ada di pemerintahan Desa Bagorejo

Humas Desa Bagorejo selain melakukan kegiatan tersebut dalam meningkatkan citra positif Desa Bagorejo. Mereka juga menggunakan program yang turun langsung dari Kabupaten Banyuwangi yang mana program tersebut bisa disebut dengan istilah “KANGGO RIKO” dengan adanya program tersebut bisa lebih memudahkan pemerintahan Desa Bagorejo dan juga masyarakat Desa Bagorejo.

2. Hambatan apa yang dihadapi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi. Setiap lembaga pasti mempunyai hambatan dalam melakukan suatu program yang di adakan oleh pemerintahan itu sendiri.

Hambatan yang tidak terlalu kecil atau besar dan terlalu signifikan yang masih dapat diatasi dan membuat keadaan dan situasi menjadi aman

dan terkendali seperti semula. Setiap hambatan pasti ada solusi dalam menyelesaikan suatu hambatan tersebut, Hambatan apa yang dihadapi humas Desa Bagorejo yaitu selalu mengedepankan mediasi atau diskusi komunikasi terhadap hambatan maupun informasi yang terjadi, kami dalam mengatasi hambatan tersebut melakukan diskusi bersama bersama karena selain dari humas sendiri yang terjun langsung dalam meningkatkan citra atau menyampaikan program yang di adakan oleh pemerintahan desa kami juga bekerjasama dengan semua tokoh masyarakat.

Sebelum terjun ke lapangan dan memintak kerjasama kepada masyarakat untuk saling menjaga dan berkesinambungan untuk meningkatkan citra positif Desa Bagorejo ini. Karena disetiap kegiatan pasti ada yang namanya hambatan dan upaya yang dialami dalam melakukan kegiatan tersebut, maka dari itu untuk upaya sendiri yang dilakukan oleh pemerintahan Desa Bagoejo dalam meningkatkan citra positif yaitu mengedepankan pendekatan terhadap kelompok-kelompok yang ada di Desa Bagorejo dan juga melakukan sosialisasi.

B. Saran-saran

Dalam penelitian tentu ada beberapa saran yang disampaikan peneliti kepada berbagai pihak. Dengan dilakukannya penelitian mengenai Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pemerintahan Desa Bagorejo maka peneliti memberikan saran diantaranya:

1. Bagi Peneliti Lain

Dengan adanya penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan referensi khususnya di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam, sehingga dapat mengetahui bagaimana strategi komunikasi Humas dalam meningkatkan citra positif.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Nurtanio dan Rahmania. Buku Pengantar Kuliah Humas Pendidikan. Program Studi Manajemen Pendidikan Jurusan Administrasi Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta, 2017.
- Artha Wardhana, Adhitya. “Strategi Komunikasi Humas Pemkot Madiun Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintahan Melalui Media Sosial.” Skripsi, Iain Ponorogo, 2020.
- B, Mathew Miles and Huberman. Analisis data kualitatif, terj. Rohindi Rosidi. Jakarta: UI Press, 2014.
- Budi, Rayudaswati. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Makasar: KRETAKUPA Print, 2010.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta; Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an, 1979.
- Effendi, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Jakarta: Erlangga, 2015.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003.
- Elvinaro, Ardianto. *Handbook Of Public Relations, Pengantar Komprehensif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- Elvinaro, *Public Relations, Suatu Pendekatan Praktis “Kiat Menjadi Komunikator Dalam Berhubungan Dengan Publik dan Masyarakat.”* Jakarta: Pustaka Bani Quraisy, 2004.
- Febriyanti. “Strategi Komunikasi Pada Pelayanan Kesehatan Masyarakat Umum Pada Rumah Sakit Sultan DG. Radja Bulukumba.” Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makasar, 2020.
- H.A.W Widjaja. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000.
- Jauhari, Minan. *Public Relations Membangun Citra Dengan Komunikasi*. jember; STAIN Press, 2013.
- Kriyanto, Rachmat. *Public Relations writing*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Lestari, Nurcahyani Putri. “Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Ketertiban Lalu Lintas Pada Satlantas Polresta Kota Palembang.” Skripsi, Uin Raden Fatah Palembang, 2016.

- Muwahadah, Nur Risqi Aslichatul. "Strategi Komunikasi Hums Dalam Mempertahankan Citra Pemerintahan Kota Mojokerto." Skripsi,UIN Sunan Ampel Surabaya,2021.
- Nana, Herdiana A. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Jawa Barat : CV Pustaka Setia, 2015.
- Nova, Firsan. *CRISIS PUBLIK RELATIONS Strategi PR menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Oliver, Sandra. *Straregi Public Relations*. Jakarta: Erlangga, 2007.
- Pohan, Desi Damayani, and Ulfi Sayyidatul Fitria. "Jenis Jenis Komunikasi." *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies* (2021): 29-37.
- Qodir, Muhammad Fadhil Abdul. "Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Sekolah Terhadap Minat Siswa Memilih Jurusan Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran Di SMK PGRI 01 Semarang."Skripsi, Universitas Negeri Semarang, 2020.
- Ruslan, Rosady. *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relation*. jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 1997.
- Sahlan, Mohammad. *Evaluasi Pembelajaran: panduan praktis bagi pendidik dan calon pendidik*. Jember: STAIN Jember Press, 2013.
- Setiawan, Ebta. *KBBI Offline Versi 1, 1* .2010.
- Slamet, Mulyadi. "Perencanaan Humas dan Usaha Membangun Citra Lembaga yang Unggul." *Jurnal Studi Manajemen Pendidikan 2.2* (2018): 125.
- Sugiyono. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press,2020.
- Yudistita, Juansha. " Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun semangat Kerja Tenaga Pengajar (Studi Pada Lembaga Bimbingan Belajar PT. Gadjamada Indonesia)." Skripsi, Uin Alauddin Makasar ,2013.
- Zulfa, Naila. " Strategi Humas Dalam Menjaga Dan Meningkatkan Citra Positif Sekolah." Skripsi, Universitas Negeri Semarang ,2020.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Edy Maskhuri
NIM : D20181004
Progam Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah
Instansi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan dan dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Banyuwangi, Juli 2022

Saya yang menyatakan



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

EDY MASKHURI
NIM. D20181004

PEDOMAN PENELITIAN

A. Pedoman Wawancara

1. Bagaimana Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi.
2. Apakah Desa Bagorejo juga menggunakan media massa untuk meningkatkan citra positif Desa Bagorejo.
3. Bagaimana pandangan bagi masyarakat dalam menilai kinerja humas Desa Bagorejo selama melakukan kegiatan yang ada di Desa Bagorejo.
4. Strategi apa yang lebih ditonjolkan untuk humas dalam meningkatkan citra positif Desa Bagorejo
5. Bagaimana Hambatan dan Upaya Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi.

B. Pedoman Observasi

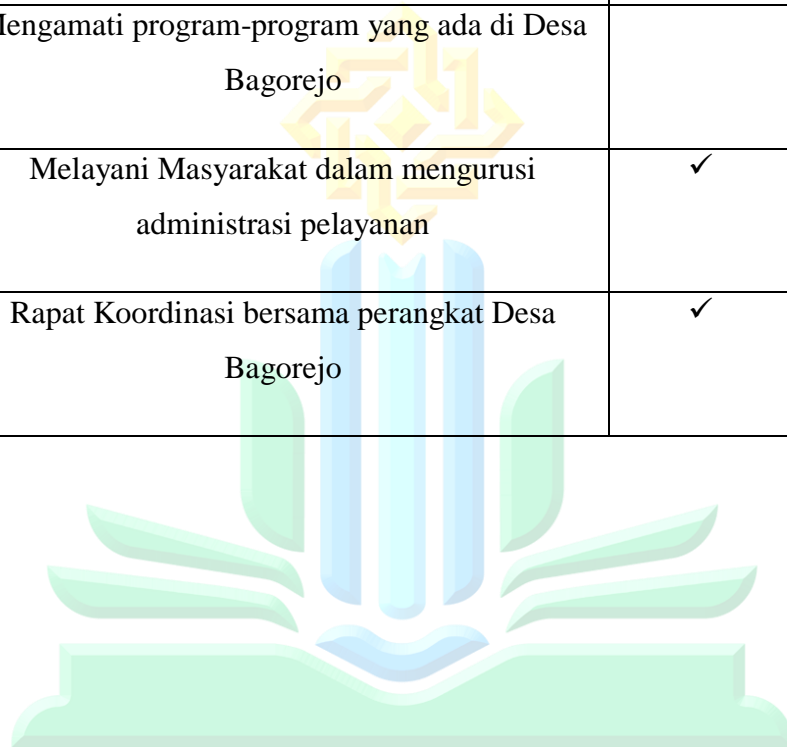
1. Pelaksanaan Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi.
2. Hambatan dan Upaya Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi.

C. Pedoman Dokumentasi

1. Sejarah berdirinya Desa Bagorejo.
2. Struktur Organisasi Desa Bagorejo.
3. Dokumen serta foto-foto wawancara dan observasi yang berkaitan dengan penelitian.

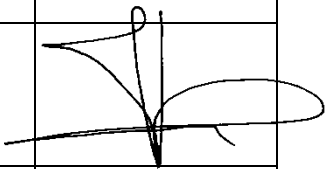

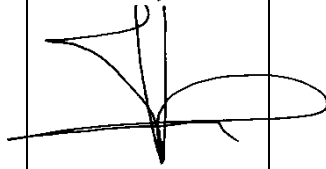

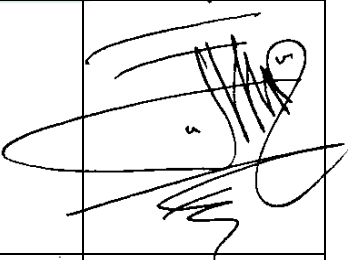

PEDOMAN OBVERVASI
DESA BAGOREJO KECAMATAN SRONO KABUPATEN BANYUWANGI

No	Uraian	Ya	Tidak
1	Melakukan Anjangsana dan Sosialisasi kepada masyarakat	✓	
2	Mengamati program-program yang ada di Desa Bagorejo		✓
3	Melayani Masyarakat dalam mengurus administrasi pelayanan	✓	
4	Rapat Koordinasi bersama perangkat Desa Bagorejo	✓	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

JURNAL PENELITIAN
DESA BAGOREJO KECAMATAN SRONO KABUPATEN BANYUWANGI

NO	TANGGAL	KEGIATAN	PARAF
1	14 Juni	Permohonan Tempat Penelitian kepada Bapak Sutarji	
2	16 Juni	Meminta Data Desa dan Sejarah Desa Bagorejo kepada Bapak Muhammad Lutfi Hakim	
3	20 Juni	Wawancara kepada kepala Desa Bagorejo Bapak Sutarji	
4	21 Juni	Wawancara kepada Sekertaris Desa Bagorejo kepada Bapak Muhammad Lutfi Hakim	
5	22 Juni	Wawancara kepada Kasi Kesejahteraan atau Humas Desa Bagorejo kepada Bapak Ari Krisdiyanto	
6	23 Juni	Wawancara kepada Masyarakat Desa Bagorejo Kepada kepada Bapak Chamud Abdul Aziz	
7	24 Juni	Obversasi di Desa Bagorejo kepada Bapak Ari Krisdiyanto	
8	30 Juni	Memintah surat keterangan selesai penelitian kepada Bapak Sutarji	

Bagorejo, 26 Juli 2022
KEMUKAWANAN DESA BAGOREJO



FOTO KEGIATAN



Wawancara kepada Sekertaris Desa Bagorejo Bapak Muhammad Lutfi Hakim, 21 Juni 2022, di balai Desa Bagorejo



Wawancara kepada kepala Desa Bagorejo Bapak Sutarji, 20 Juni 2022 di Ruang Kepala Desa Bagorejo



Wawancara kepada Kasi Kesejahteraan Desa Bagorejo Bapak Ari Krisdiyanto, 22 Juni 2022, di depan gedung rapat Karang Taruna



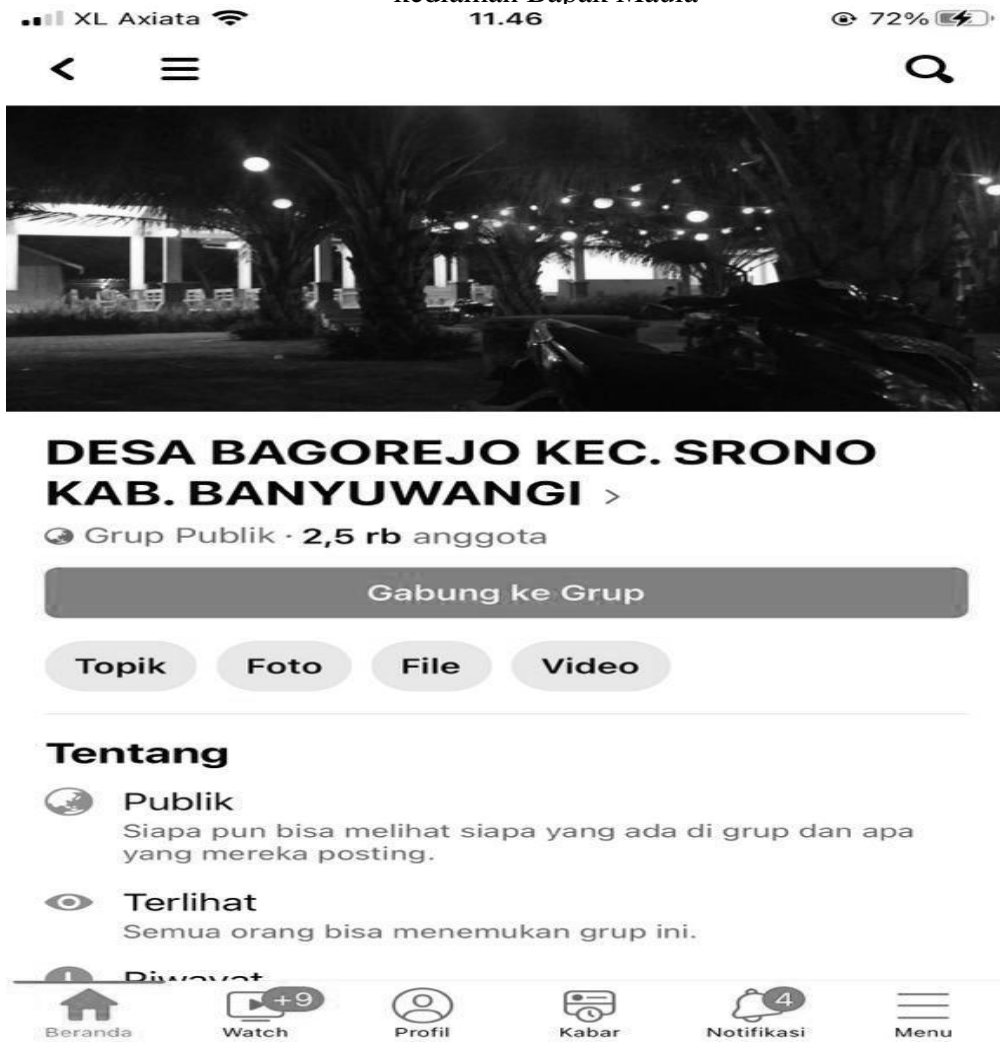
Kegiatan Anjagsana dan Juga Sosialisasi Kepada RT dan RW Desa Bagorejo yang di hadiri oleh Kepala Dusun, Humas, Babinsa dan Masyarakat



Wawancara kepada warga sekitar Desa Bagorejo, Bapak Chamud Abdul Aziz, 23 Juni 2022, dimasjid balai Desa bagorejo



Wawancara kepada warga sekitar Desa Bagorejo, Bapak Maula, 23 Juni 2022, di kediaman Bapak Maula



KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Sosial media Desa Bagorejo Kecamatan Srono
JEMBER



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH

Jl. Mataram No. 1 Mangli Kaliwates Jember, Kode Pos 68136 Telp. 0331-487550
email : fakultasdakwah@uinkhas.ac.id website: <http://fdakwah.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B.1506 /Un.22/6.a/PP.00.9/ 6 /2022 14 Juni 2022
Lampiran : -
Hal : Permohonan Tempat Penelitian Skripsi

Yth.
Kepala Desa Bagorejo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini kami memohon dengan hormat agar mahasiswa berikut :

Nama : Edy Maskhuri
NIM : D20181004
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Semester : VIII (delapan)

Dalam rangka penyelesaian / penyusunan skripsi, yang bersangkutan mohon dengan hormat agar diberi ijin mengadakan penelitian / riset selama \pm 30 hari di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Penelitian yang akan dilakukan berjudul "Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi"

Demikian atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



An. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik


Siti Raudhatul Jannah



PEMERINTAH KABUPATEN BANYUWANGI
KECAMATAN SRONO
DESA BAGOREJO

Jln. Diponegoro No. 08 Kode Pos : 68471

e-mail : dbagorejo@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Nomor : 301 / 70 / 429.510.01/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SUTARJI
NIP : -
Jabatan : Kepala Desa Bagorejo

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

NAMA : EDY MASKHURI
NIM : D20181004
FAKULTAS : DAKWAH
PROGRAM STUDI : KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
SEMESTER : VIII (Delapan)

Orang tersebut diatas benar benar telah melaksanakan Penelitian Skripsi di Desa Bagorejo ,Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi selama 30 hari mulai tanggal 14 Juni sampai dengan tanggal 14 Juli 2022.

Demikian Surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya agar dapat di pergunakan sebagaimana mestinya.

Bagorejo, 26 Juli 2022
KEPALA DESA BAGOREJO



BIODATA PENULIS



Nama : Edy Maskhuri
NIM : D20181004
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 14 Oktober 1999
Alamat : Dusun. Semalang RT. 003 RW. 001 Desa
Sumpersari Kecamatan Srono Kabupaten
Banyuwangi
Email : maskuriedy7@gmail.com
Fakultas : Dakwah
Progam Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Riwayat Pendidikan

Periode	Lembaga/ Instansi	Jurusan	Jenjang Pendidikan
2004-2006	TK Khotijah Semalang	-	TK
2006-2012	SDN 3 Kepundungan	-	SD/MI
2012-2015	SMP AL-Kautsar Srono	-	SLTP
2015-2018	SMA AL-Kautsar Srono	IPS	SLTA

Pengalaman Organisasi

Tahun Aktif	Lembaga/Instansi	Jabatan
2016-2017	Organisasi Santri AL-Kautsar Putra (OSAKA)	Ketua Dewan Ambalan Pramuka
2017-2018	Remaja Masjid AL-Hidayah Semalang	Anggota
2019-2020	Unit Kegiatan Olahraga (UKOR) UIN KHAS JEMBER	Ketua Bidang Pelatihan dan Prestasi
2021-2022	Ikatan Mahasiswa Banyuwangi (IMABA) UIN KHAS JEMBER	Bendahara Umum