PERANAN HUBUNGAN MASYARAKAT PENGURUS WILAYAH NAHDLATUL 'ULAMA JAWA TIMUR DALAM MEMBANGUN CITRA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Sosial (S.Sos.) Program Studi Ilmu Komunikasi

PERPUSTAKAAN
IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA
NO. KLAS : K
D-2009
047
Kom
NO REG : D-2009/Kom/047
ASAL BUKU :
TANGGAL :

Oleh :

MUSTIKA RAHAYU
NIM. BO 6205012

DEPARTEMEN AGAMA PERPUSTAKAAN IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS DAKWAH
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
JULI 2009

Gadjah Belang
– Jl. Jemur Wonosari Lebar No. 24 ☎ 031 - 8439407,
– Gebang Lor No. 5 ☎ 031 - 5953789

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

Skripsi oleh **Mustika Rahayu** ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 27 Juli 2009

Pembimbing

Moch. Choirul Arif, S. Ag., M. Fil. I.
NIP. 197 110 171 998 031 001

PENGESAHAN TIM PEGUJI

Skripsi Oleh **Mustika Rahayu (B06205012)** ini Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 05 Agustus 2009

Mengesahkan,

Fakultas Dakwah
Institute Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan

Prof. Dr. H. Sonhadji Sholeh, Dip. IS.
Nip. 194907281967121001

Ketua

Moch. Choirul Arif, S.Ag., M.Fil.I.
Nip. 197110171998031001

Sekretaris

Husnul Muttaqin, S.Ag., S.Sos., M.Si.
Nip. 197801202006041003

Penguji 1

Ali Nurdin, S.Ag., M.Si.
Nip.197106021998031001

Penguji 2

Drs. Yoyon Mudjiono, M.Si.
NIP. 195 409 071 982 031 003

ABSTRAKSI

Mustika Rahayu, NIM BO 6205012, 2009. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, **Peranan Hubungan Masyarakat Pengururs Wilayah Nahdlatul 'Ulama Jawa Timur Dalam Membangun Citra**.

Kata kunci: Humas, Membangun Citra.

Ada dua persoalan yang dikaji dalam skripsi ini, yaitu : Bagaimana peranan Hubungan Masyarakat Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Timur dalam membangun citra kepada masyarakat. Dan tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan mendiskripsikan peranan Hubungan Masyarakat Pengurus Nahdlatul Ulama Jawa Timur dalam membangun citra kepada masyarakat.

Untuk meneliti persoalan tersebut, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang berguna untuk memberikan fakta dan data dalam menjawab permasalahan yang terjadi.

Dari semua pembahasan dalam skripsi ini, penulis mendapatkan kesimpulan bahwa Humas PWNU Jatim memliki peranan penting dalam membangun Citra PWNU Jatim dimata masyarakat, dan telah mampu berperan sesuai dengan fungsinya. Dalam Membangun Citra PWNU Jatim, Humas PWNU Jatim menerapkan cara berpikir PR, yaitu berperan aktif dan kreatif, berani berinisiatif tanpa takut resiko, dan pada akhirnya sampai menemukan sesuatu yang baru. Artinya berani mengadakan perubahan untuk berkembang. Semua itu dapat dilihat dari hasil kegiatan yang telah mampu dicapai dalam waktu yang relatif cepat, seperti diadakannya *Gathering Pers*, Konferensi Pers, Forum Silaturrahmi dengan media-media di Surabaya, PWNU Jatim *Cup* yang merupakan pertandingan badminton antara pengurus PWNU Jatim dengan rekan-rekan wartawan se-Surabaya, bahkan melibatkan Gubernur dan wakilnya. Juga ikut serta dalam Turba (Turun Kebawah) yang merupakan agenda rutin tahunan PWNU Jatim. Selain itu Humas PWNU Jatim telah mampu mencetak tabloid "Kabar 9" dan *website* untuk meningkatkan pelayanan kepada ummat, membangun dan membina kembali hubungan baik antara PWNU Jatim dengan PCNU-PCNU yang tersebar di seluruh Jawa Timur juga para warga Nahdliyin tentunya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Judul i
Persetujuan Pembimbing ii
Pengesahan Tim Penguji iii
Motto iv
Persembahan v
Kata Pengantar vi
Abstraksi ix
Daftar Isi x

BAB I : PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 6
E. Definisi Konsep 7
F. Sistematika Pembahasan 8

BAB II :KERANGKA TEORITIK 10
A.Kajian Pustaka 10
1. Hubungan Masyarakat (Humas) 10
a. Pengertian Hubungan Masyarakat (Humas) 10
b. Fungsi dan Tugas Humas 15
c. Proses Kerja Humas 21
d. Penerapan Humas di Organisasi 23
2. Citra 24
a. Pengertian Citra 24
B. Kajian Teoritik 32
a. Teori *Brand Image* 32
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan 34

BAB III : PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN 37
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 37
B. Subyek Penelitian 39
C. Jenis dan Sumber Data 39
D. Tahap-Tahap Penelitian 41
E. Teknik Pengumpulan Data 44
F. Teknik Analisis Data 46
G. Teknik Keabsahan Data 47

BAB 1V : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA 49
A. Setting Penelitian 49
a. Sejarah berdirinya PWNU Jatim 53

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Visi Misi PWNU Jatim 54
c. Humas PWNU Jatim 55
d. Struktur Humas PWNU Jatim 57
B. Penyajian Data 59
1. Peranan Humas PWNU Jatim dalam membangun citra 59
C. Analisis Data 77
D. Pembahasan 80

BAB V :PENUTUP 84
A.Simpulan 84
B.Saran 85

DAFTAR PUSTAKA 86

Lampiran

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hubungan masyarakat (Humas) merupakan suatu unsur atau fungsi terpenting dalam sebuah instansi atau perusahaan, dimana kedudukan Humas sebagai sarana dan alat (*Instrumens*) untuk melakukan kegiatan usaha yang menentukan berjalannya kegiatan usaha di lembaga tersebut. Pada prinsipnya peranan Humas merupakan wahana komunikasi kedalam dan keluar yang mempunyai tugas untuk memperoleh image yang baik di mata masyarakat maupun karyawan.

Humas atau yang sering disebut dengan *Public Relations* merupakan salah satu bidang yang selalu menarik untuk di bicarakan dan di diskusikan, di tinjau dari sejarahnya ilmu dan praktek public relations berkembang paling pesat di negeri-negeri yang menganut sistem demokrasi, hal ini tidaklah mengherankan bila diingat bahwa public relations adalah bidang aktivitas yang menciptakan saling pengertian antara satu organisasi dengan publiknya, dalam sistem seperti ini organisasi atau perusahaan menyadari bahwa tanpa dukungan public maka kecil kemungkinan ia dapat tumbuh optimal bahkan di ambang kehancuran.[1]

Keberadaan Humas pada sebuah lembaga sangat dibutuhkan untuk membangun *image* serta menumbuhkan kepercayaan antara pimpinan dengan karyawan, karena keberhasilan suatu organisasi, instansi atau perusahaan dewasa

---

[1] Rhenald Khasali, M*anajemen Public Relations* (Jakarta : Pustaka Utama Grafiti, 1994). hal. 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ini tercermin dari segala segi, salah satunya dengan menjalin hubungan yang harmonis dengan pihak-pihak yang mempunyai kepentingan dengan perusahaan atau instansi, yang dapat mempengaruhi kelangsungan perusahaan, tetapi juga sebagai tuntutan dunia usaha yang menyadari makin pentingnya hubungan masyarakat yang bisa menjembatani antara kepentingan public maupun masyarakat sekitar.

Humas dalam kamus *Webster International Dictionary* di jelaskan bahwa, praktek humas mempromosikan, membina hubungan yang baik dalam kelompok individu dengan public tertentu atau masyarakat umum melalui penyebaran informasi yang mudah dipahami dan saling pengertian serta mencapai hubungan baik.[2]

F. Rachmadi dalam bukunya public relations dalam teori dan praktek menyebutkan bahwa masalah penting yang di hadapi oleh lembaga-lembaga ekonomi, bisnis, sosial dan politik setelah terjadinya revolusi industri adalah masalah hubungan. Ketergatungan antar individu dengan perusahaan, dengan organisasi-organisasi sosial dan masyarakat telah menciptakan kebutuhan akan filsafat dan fungsi baru dalam managemen. Fungsi itulah yang disebut sebagai hubungan masyarakat, dan untuk itulah Humas ada.

Humas atau public relations sangat di butuhkan bagi lembaga atau perusahaan dalam membangun citranya yang positif, karena walau bagaimanapun ketika lembaga atau perusahaan tersebut memiliki citra yang baik di mata

---

[2] Hamdan Adnan dan Hafied Cangara, *Prinsip-Prinsip Hubungan Masssyarakat* (Surabaya : Usaha Nasional, 1996), hal.15-16.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mayarakat, maka besar kemungkinan ia akan lebih mudah dalam mengatasi persaingan.

Citra positif lembaga adalah tujuan utama, dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendaknya dicapai oleh seluruh pihak yang berkepentingan dengan lembaga, dimana secara khusus ini di tangani oleh humas. Citra ini juga merupakan suatu proses amanah kepercayaan yang di berikan oleh individu atau khalayak, yang akan mengalami suatu proses, cepat atau lambat akan membentuk suatu opini public yang lebih luas. Citra merupakan suatu hal yang sangat penting bagi suatu lembaga, karena dengan citra yang baik maka akan dapat mempermudah sebuah lembaga mendapatkan simpati dari khalayak

Pengurus wilayah Nahdlatul Ulama (PWNU) merupakan salah satu contoh lembaga yang memilki Humas atau *Public Relations* dan pada saat ini mampu dalam menjalankan tugas atau peranya dengan baik. Hal ini terbukti dari perkembanganya yang sangat signifikan mulai awal keberadaannya pada bulan November 2008. PWNU merupakan sebuah lembaga yang bergerak di bidang sosial keagamaan.dalam melakukan pemberdayaan masyarakat, khususnya dalam bidang dakwah social.

Besarnya organisasi NU apalagi di Jawa Timur sangatlah luas Jumlah warga NU di Jawa Timur sekitar 60 juta jiwa. Mereka tersebar di 44 Pengurus Cabang setingkat Kota / Kabupaten, 676 Majelis Wakil Cabang setingkat Kecamatan, dan 9.552 Ranting setingkat Kelurahan / Desa yang ada di 38 Kabupaten / Kota di seluruh Jawa Timur. Termasuk di pulau-pulau terpencil. Selain memiliki aset warga, PWNU Jawa Timur juga memiliki banyak aset lain

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berupa kantor, Rumah sakit, Pondok Pesantren, Sekolah, Panti Asuhan dan lain sebagainya. Pada masa jabatan Drs. KH.Ali Maschan Moesa, M. Ag. PWNU dimata masyarakat NU terkesan dibawa ke politik praktis dengan berkiprah di bidang politik, akan tetapi setelah masa jabatan di pegang oleh KH. Mohammad Hasan Mutawakkil Alallah, NU kembali dibawa ke Khittah NU. Tetap sebagai organisasi kemasyarakatan yang bergerak pada sosial keagamaan. Seperti fungsi NU adalah sebagai organisasi yang menyatukan langkah para ulama dan pengikutnya demi tegaknya islam yang berajaran Ahlussunnah Wal Jamaah.

Melihat fenomena di PWNU ini, luasnya daya jangkau dan bidang garap NU, maka wajar apabila posisi Humas di PWNU sangatlah penting, karena di sini seorang Humas harus bisa mengintepretasikan sikap-sikap pihak luar terhadap manajemen yang juga mungkin keliru menebak pandangan khalayak tersebut terhadapnya. Seperti anggapan masyarakat bahwa selama ini PWNU hanyalah berkiprah di bidang politik, akan tetapi sebenarnya PWNU masih berpegang pada aturan organisasi yakni terwujudnya sebuah organisasi sosial keagamaan yang kokoh dan memiliki kemampuan yang tinggi dalam melaksanakan tugas dan fungsi jam'iyah dengan bersikap moderat dan penuh kreativitas dalam merespon persoalan-persoalan agama dan masyarakat yang tentunya berdasarkan Islam Ahlussunnah Waljamaah. Dan hal itu dituangkan kedalam misi NU yaitu melakukan konsolidasi dan mengembangkan manajemen organisasi, meningkatkan peran-peran sosial keagamaan berupa gagasan dan respon terhadap persoalan agama, masyarakat dan bangsa, melakukan pemberdayaan masyarakat dalam bidang pendidikan, ekonomi, politik, kesehatan dan teknologi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

PWNU Jawa Timur dituntut untuk menyediakan informasi dan mengkomunikasikanya atau mensosialisasikanya sesuai dengan keinginan masyarakat, sebab pada dasarnya PWNU Jawa Timur adalah pelayan masyarakat (*public service*) yang harus memberikan pelayanan dan mengabdi kepada masyarakat. Sama seperti program NU saat ini yakni mengutamakan lembaga yang berdekatan dengan pelayanan seperti LPKNU (Lembaga Pelayanan Kesehatan Nahdlatul Ulama), LDNU (Lembaga Dakwah Nahdlatul Ulama), LP Maarif NU (Lembaga Pendidikan Maarif NU), LTMI NU (Lembaga Ta'mir Masjid Indonesia Nahdlatul Ulama).

Setiap kali ada sosialisasi, pihak Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Timur berkewajiban untuk menjelaskan kepada public atau masyarakat. Upaya yang dilakukan humas NU untuk mewujudkan itu semua salah satunya adalah dengan membangun hubungan dengan media, dan salah satu program yang telah diselenggarakan adalah *gathering pers* , Konfrensi Pers, Silaturrahim dengan Pers yang di rasa cukup efektif, karena dengan media ini Humas bisa menjembatani antara organisasi dengan masyarakat, sehingga program kerja Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Timur bisa diketahui dan menarik minat masyarakat untuk ikut serta di dalamnya dalam membangun dan mengembangkan NU Jatim.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Peranan Hubungan Masyarakat Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Timur dalam membangun citra pada masyarakat?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Tujuan penelitian

Dari uraian rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini:

Untuk mendiskripsikan peranan Hubungan Masyarakat Pengurus Nahdlatul Ulama Jawa Timur dalam membangun citra kepada masyarakat.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini mempunyai dua segi manfaat yaitu :

1. Manfaat praktis

Diharapkan hasil dari penelitian ini mampu menambah wawasan, pengalaman dan dapat diaplikasikan dalam studi ilmu komunikasi khususnya bagi mahasiswa komunikasi terutama yang berkaitan dengan Hubungan Masyarakat.

2. Manfaat teoritis

Dari penelitian ini semoga mampu memberikan sumbangsih pengetahuan terhadap khasanah studi ilmu komunikasi.

E. Definisi Konsep

1. Peranan Humas

Peranan menurut kamus bahasa indonesia mempunyai arti sesuatu yang jadi bagaimana atau yang memegang pimpinan yang terutama.[3]

Sedangkan secara sederhana peranan dapat diartikan sebagai pola tugas dan kewajiban anggota kelompok serta tentang cara suatu tugas

---

[3] Porwodarminto, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta : Balai pustaka) hal.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dibagi antara anggota kelompok. Menurut Thibaut dan Kelly, peranan adalah suatu pola perilaku yang diharapkan dari seseorang oleh orang-orang lain bila ia melakukan interaksi dengan mereka (*A role is a behavior pattern that the other expect of a person when he or she interct whit them*).[4]

Jadi peranan humas yang dimaksudkan dalam penelitian adalah mengenai bagaimana peran humas PWNU Jatim sebagai mediator dalam menjalankan aktivitas organisasi, baik internal maupun eksternal. Disinilah humas bertugas menjembatani semua aktifitas yang dilakukan PWNU Jatim dalam mensosialisasikan semua informasi dan kebijakan yang dikeluarkan pimpinan utama sesuai dengan keadaan sebenarnya baik kepada karyawan maupun masyarakat luas.

2. Membangun Citra

Membuat dan membenahi kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamanya terhadap lembaga.[5]

Jadi dalam penelitan ini yang di maksud membangun citra adalah membenahi kesan atau anggapan dan kepercayaan (*beleive*) masyarakat, yang menganggap bahwa PWNU Jatim kini adalah organisasi yang berkiprah di bidang politik itu negatif, dapat berubah menjadi positif. PWNU Jatim adalah organisasi yang berkiprah di bidang sosial keagamaan

[4] Adam Ibrahim, *Perilaku Organisasi* (Bandung : Sinar Baru, 1989), hal 130
[5] Sholeh Shoemirat,Elvirano, *Dasar-dasar Public Relations* (Bandung :pt Remaja Rosdakarya) hal.14

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

namun mempunyai potensi dan kekuatan yang besar dalam bidang politik, hanya saja yang menjadi persoalan adalah bagaimana PWNU Jatim dapat memanfaatkan potensi politiknya secara benar menurut Khittah NU.[6]

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penlitian ini dibagi dalam lima bab, yang terdiri dari Pendahuluan, Kajian Teoritis, Metodologi Penelitian, Penyajian Data, Analisis Data, Penutup Atau Kesimpulan.

Selanjutnya akan peneliti uraikan sebagai berikut :

BAB I Merupakan Pendahuluan yang berisi tentang gambaran umum yang meliputi : latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep, dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Pustaka atau Perspektif Teoritis. Dalam bab ini akan membahas tentang pengertian humas dan ,tugas dan proses humas, dan peranan Humas. Penerapan humas di organisasi hasil penelitian yang trdahulu.

Bab III Penelitian dalam bab ini akan menjelaskan tentang Metode Penelitian yang digunakan yang meliputi:pendekatan dan jenis penelitian,lokasi penelitian,jenis dan sumber data, tahapan-tahapan penelitian, tehnik keabsahan data.

Bab IV Dalam bab ini akan menjelaskan gambaran umum mengenai humas PWNU Jatim, visi misi dan tujuan, wilayah atau lokasi penelitian, struktur dan pengurusan, program kerja. deskripsi hasil penelitian,

---

[6] *Kabar 9 NU*, Edisi II/2009, hal. 4

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hambatan-hambatan yang terjadi pada Humas, dan teknik analisis data juga pebahasan mengenai keterkaitan antara hasil penelitian dengan teori.

Bab V Pada bab ini merupakan bab akhir yang berisi tentang penutup yang meliputi : kesimpulan dan saran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KERANGKA TEORITIK

A. Kajian Pustaka

1. Hubungan Masyarakat (Humas)

a. Pengertian Humas

Humas sendiri dikatakan sebagai bagian terpenting dan proses untuk meningkatkan suatu lembaga / instansi serta mempraktekan humas di berbagai organisasi dalam rangka menunjukan suatu pengertian untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Sementara pengertian Humas pada umumnya merupakan serangkaian alat untuk promosi sebagai penunjang bagian yang terpenting dalam meningkatkan suatu lembaga instansi dan memiliki fungsi manajemen yang berlangsung secara terus menerus dan dirancang melalui organisasi masyarakat. Lembaga yang berusaha menjalin dan memelihara saling pengertian, simpati, serta dukungan dan informasi, termasuk memperbaiki perubahan dan pernyataan-pernyataan umum yang dirancang untuk mencapai kerjasama serta dapat memecahkan masalah secara efektif untuk kepentingan bersama.[7]

Hubungan masyarakat (humas) sendiri merupakan terjemahan bebas dari istilah *publik relations* (PR), kedua istilah ini akan dipakai secara bergantian, itu terdiri dari semua bentuk komunikasi yang

---

[7] Hamdan Adnan dan Hafied Cangara, *Prinsip-prinsip Hubungan Masyarakat* (Surabaya : Usaha Nasional, 1996), hal. 17

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diselenggarakan antara lembaga dengan masyarakat atau pimpinan dengan karyawan, dan dengan siapa saja yang berkepentingan denganya.

Komunikasi yang dilakukan untuk membentuk suatu kepercayaan dan saling pengertian diantara kedua belah pihak yang pada umumnya terjadi pada lembaga / instansi dengan adanya kepentingan tersebut maka dibentuk adanya suatu komunikasi timbal balik antara lembaga dengan publiknya.

Jika memang hubungan masyarakat memang diterjemahkan dari publik relations, maka ciri-ciri hakiki dari publik relations harus ada pada hubungan masyarakat dan dilaksanakan oleh kepala humas beserta stafnya. Adapun ciri-ciri yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. Komunikasi yang dilaksanakan berlangsung dua arah secara timbal balik.
2. Kegiatan yang dilakukan terdiri dari penyebaran informasi pelaksanaan persuasi dan pengkajian opini publik.
3. Tujuan yang dicapai adalah tujuan organisasi itu sendiri.
4. Efek yang diharapkan adalah terjadinya hubungan yang harmonis antar organisasi dengan publik.[8]

Karena banyaknya definisi hubungan masyarakat tersebut, maka para praktisi hubungan masyarakat sendiri yang terhimpun dalam *the internasional publik assosiations* menyepakati untuk merumuskan sebuah definisi yang diharapkan dapat diterima oleh semua pihak. Definisinya adalah sebagai berikut :

---

[8] Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung : Remaja Rosda Karya, 2000), hal. 177

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Hubungan masyarakat ialah suatu fungsi manajemen yang berlangsung secara terus menerus dan dirancang melalui organisasi-organisasi masyarakat, swasta, lembaga yang berusaha menjalin dan memelihara saling pengertian, simpati, serta dukungan dari siapa saja yang ada kaitanya dengan dirinya dirancang untuk mencapai kerjasama serta pemecahan masalah secara efektif untuk kepentingan bersama".[9]

Dalam pada itu, *The British Institute of Public Relations*, memberikan definisi sebagai berikut, "*public relations is the deliberate, planned and sustained effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and its public*" (Upaya yang sungguh-sungguh, terencana dan berkesinambungan untuk menciptakan dan membina saling pengertian antara organisasi dengan publiknya).

Sebagaimana yang diketahui, usaha untuk membina hubungan yang harmonis pada suatu lembagalah yang sangat menentukan keberhasilan dalam suatu lembaga / instansi. Untuk mencapai pengertian dan menciptakan hubungan tersebut dibentuknya saling pengertian dan bekerjasama diantara kedua belah pihak antara lembaga dengan publiknya sebagaimana yang telah direncanakan.

Dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa humas hanya terdapat dalam suatu organisasi yang jelas strukturnya dan jelas pula adanya pemimpin dengan yang dipimpin di organisasi. Dimana secara struktural merupakan suatu hubungan yang memerlukan suatu keadaan yang harus saling menguntungkan antara kedua belah pihak.

---

[9] Hamdan Adnan dan Hafied Cangara, *Prinsip-prinsip Hubungan Masyarakat* (Surabaya : usaha Nasional, 1996), hal. 17

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk memperoleh kejelasan mengenai apa itu hubungan masyarakat, mengapa diadakan hubungan masyarakat menjadi dua jenis pengertian, yakni dalam pengertian *Technique of Communications* dan sebagai *State of Being*,[10] berikut penjelasannya :

1) Hubungan masyarakat sebagai "*technique of communications*"

Seperti telah disinggung di depan, kegiatan hubungan masyarakat pada hakekatnya adalah kegiatan komunikasi. Berbeda dengan jenis komunikasi lainnya, komunikasi yang dilancarkan humas mempunyai ciri-ciri tertentu yang disebabkan oleh fungsi hubungan masyarakat, sifat organisasi, dimana hubungan masyarakat itu dilaukukan, sifat-sifat manusia yang terlibat, faktor-faktor ekstern yang mempengaruhi dan sebagainya. Ciri hakiki dari komunikasi dalam *Public Relations* sebagaimana ditegaskan diatas ialah komunikasi timbal balik (*Two Way Traffic Communication*). Ini mutlak harus berlangsung jika tidak terjadi dengan sendirinya, maka harus diusahakan agar terjadi. Dengan perkataan lain, seorang pemimpin yang melancarkan komunikasi harus mengetahui efeknya, kalau *feedback* tidak timbul dengan sendirinya, ia harus menelitinya, sehingga ia harus mengetahui pasti efek komunikasinya.

Hubungan masyarakat dalam pengertian *Technique of Communications* mengandung arti bahwa kegiatan hubungan masyarakat dilakukan sendiri oleh seorang pemimpin, apakah ia

[10] Djanalis Djanaid, *Public Relations Dalam Teory dan Praktek*, (Malang : Indopurels Training, 1991), hal. 5-6

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memimpin jawaban, perusahaan, instansi, militer, lembaga dan organisasi lainnya.[11]

2) Hubungan Masyarakat Sebagai " *State of Being*"

Yang dimaksud dengan *State of Being* disini ialah keadaan wujud yang merupakan wahana kegiatan humas dalam bentuk biro, bagian, seksi urusan dan lain-lain. Penggunaan istilah tersebut tergantung dari struktur organisasi dimana hubungan masyarakat dilakukan.

Biro, bagian seksi atau urusan hubungan masyarakat sebagai sarana kegiatan hubungan masyarakat, jelas dapat dilihat wujudnya, yakni ruangan kantornya lengkap dengan segala peralatannya, meja, almari, kursi, mesin komputer, telfon beserta alat-alat elektronik. Jelas pula pegawai-pegawainya, mulai dari kepala humas sampai juru tik.[12]

Melihat dua pengertian humas diatas dapat diartikan bahwa kegiatan humas bukan monopoli pekerjaan kepala humas saja tetapi dapat dilakukan oleh siapa saja yang menjadi pemimpin organisasi yang mempunyai anak buah atau seseorang yang menjadi khalayak. Tidak semua organisasi dilengkapi bagian humas, tetapi pemimpin sendiri dapat melakukan kegiatan sebagai humas, bahkan walikota atau direktur utama dapat melakukan kegiatan hubungan masyarakat, yakni hubungan masyarakat dalam pengertian " *Technique of Communications*" tadi.

---

[11] Djanalis Djanaid, hal 5
[12] Djanalis Djanaid, hal 6

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Mengapa organisasi-organisasi seperti, departemen, kotamadya atau kabupaten dilengkapi bagian humas. Oleh karena itu, ia mendelegasikan wewenang dan tugasnya kepada kepala humas beserta stafnya. Dengan demikian yang harus dan ingin dilakukan oleh pemimpin organisasi dalam hubunganya dengan kegiatan kehumasan wajib dilaksanakan oleh kepala humas, sehingga fungsi humas benar-benar dilakukan.

b. Fungsi dan Tugas Humas

Fungsi atau dalam bahasa inggris *functions*, bersumber pada perkataan bahasa latin, *function* yang berarti penampilan, pembuat pelaksanaan, kegiatan. Ralph Currier Daris dan Alan C. Filly dalam bukunya *Principle of Managemen* mengatakan bahwa istilah fungsi menunjukan suatu tahapan pekerjaan yang jelas yang dapat dibedakan, bahkan kalau perlu dipisahkan dari tahapan pekerjaan lain humas.[13] Maka humas dalam suatu instansi dikatakan berfungsi apabila humas itu menunjukan kegiatan yang jelas, yang dapat dibedakan dari berbagai kegiatan lainya. Jadi kalau dipertanyakan fungsi Humas itu maka terlebih dahulu perlu dipertanyakan apakah Humas itu berfungsi, dalam arti apakah menunjukan kegiatan yang jelas dan berbeda dari kegiatan lain.

Seperti diketahui Humas instansi dalam melakukan pekerjaanya harus menujukan suatu kegiatan yang jelas agar bisa dikatakan sebagai

---

[13] M.Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya* (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2000), hal 23

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Humas. Apakah kegiatan tersebut berjalan sesuai yang diharapkan untuk memenuhi fungsi humas dalam suatu perusahaan atau instansi, karena keberadaan Humas sangat diharapkan perananya dalam lembaga tersebut.

Menurut Ivy Lee, Sebagaimana dikutip Siagian,[14] Kegiatan hubungan masyarakat mempraktekan dua konsep. *Pertama* : mempunyai kedudukan dalam posisi pemimpin informasi. *Kedua* : diberikan kebebasan berprakarsa dalam menyiapkan informasi secara bebas dan terbuka.

Apabila dua konsep tersebut dipenuhi dan dipraktekan oleh hubungan masyarakat (humas) pada umumnya, maka kegiatanya sudah tentu identik dengan publik relations yang banyak di praktekan di negara-negara yang sudah maju. Namun pada kenyataanya menunjukan bahwa humas di indonesia secara struktural belum banyak ditempatkan top management. Selain itu kegiatanya masih banyak yang bersifat penerangan satu arah ke publik eksternal semata-mata.

Secara nyata memang ada sejumlah instansi yang secara struktural organisasi menempatkan Humas ditingkat yang rendah, tetapi kepala humas selalu diminta untuk melayani pemimpin organisasi dalam menghadap publik. Andai kata humas di Indonosia menempatkan fungsinya dan sekaligus mempraktekkan seperti yang di lakukan oleh direktorat pembinaan hubungan masyarakat dari publik relations dapat dipertanggung jawabkan.

---

[14] S.P. Siagian, *Sistem Informasi Untuk Mengambil Keputusan* (Jakarta : Haji Masagung, 1990), hal. 118

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Direktorat Pembinaan Hubungan Masyarakat departemen penerangan R.I, seperti dikutip Effendy.[15] Merumuskan sebagi berikut :

a. Melakukan hubungan kedalam, yaitu pemberian pengertian tentang segala hal mengenai Departemen penerangan terhadap "internal publik" yaitu para karyawan.
b. Melakukan hubungan keluar, yaitu pemberian informasi tentang segala hal mengenai Departemen Penerangan terhadap "Ekternal Publik" yaitu masyarakat pada umumnya.
c. Melakukan pemecahan serta membina pendapat umum melalui hubungan-hubungan khusus dengan unsur-unsur lembaga masyarakat.
d. Melakukan pembinaan serta hubungan untuk mengembangkan kehumasan sebagai medium penerangan.
e. Menyelenggarakan koordinasi integrasi dan sinkronisasi serta kerjasama kegiatan Hubungan masyarakat untuk penyempurnaan pelayanan penerangan terhadap umum.

Namun pada kenyatanya hal tersebut menunjukan bahwa para pimpinan organisasi atau manager sudah menyadari pentingnya humas, hanya saja belum berani mendudukkan dalam top managemen yang bersama-sama dapat mengambil kebijaksanaan dan keputusan.

Setiap lembaga atau instansi tentu ingin berhasil mencapai tujuanya, keberhasilan tersebut tidak dapat dicapai hanya berdasarkan kemampuan yang ada pada lembaga itu saja. Disamping itu perlu adanya

---

[15] Onong Uchjana Effendy, *Humas Relations dan Publik Relations* (Bandung : Mandar Maju), hal 111

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengertian dan keikutsertaan publiknya yang dimaksud dengan publik adalah publik intern maupun ekstern.

Unit kehumasan pada setiap lembaga instansi pemerintah merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka penyebaran tentang aktifitas instansi tersebut baik kedalam maupun keluar yaitu kepada masyarakat pada umumnya. Humas merupakan suatu alat untuk memperlancar jalanya interaksi serta penyebaran informasi melalui pers, radio, televisi dan media lainya, singkatnya Humas sebagai komunikator yang mempunyai fungsi ganda yaitu keluar ia memberikan kepada khalayak sesuai dengan kebijaksanaan instansinya dan kedalam ia wajib menyerap reaksi dari khalayak untuk kepentingan instansinya.[16]

Publik relations mempunyai fungsi timbal balik, keluar dan kedalam.[17] Keluar ia harus mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran (image) masyarakat yang positif terhadap segala tindakan dan kebijakan organisasi atau lembaganya. Kedalam, ia berusaha mengenali, mengidentifikasi hal-hal yang dapat menimbulkan sikap dan gambaran yang negatif (kurang menguntungkan) dalam masyarakat sebelum sesuatu tindakan atau kebijakan itu dijalankan.

Fungsi pokoknya adalah mengatur lalu lintas, sirkulasi informasi internal dan eksternal untuk memberikan informasi yang sejelas mungkin pada publik mengenai tindakan serta kebijakan, program, serta tindakan-

---

[16] Onong Uchjana Effendy, *Sistem Informasi dan Managemen* (Bandung : Alumni, 1981), hal. 37

[17] F. Rachmadi, *Publik Relations dalam Teori dan Praktek* (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1996) hal. 22

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tindakan dari lembaga atau instansi. Agar dapat dipahami dan untuk itu bisa melakukan tugasnya secara sempurna, adalah wajar kalau publik relations ditempatkan dalam kedudukan sebagai bagian dari mekanisme pengambilan keputusan.

Ada lima pokok tugas humas (*public relations*) sehari-hari sebagai berikut :

1. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (visual) kepada publik, supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang lembaga atau perusahaan, tujuan, serta kegiatan yang dilakukan. Itu semua disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan public internal atau eksternal dan memperhatikan, mengolah mengintegrasikan pengaruh lingkungan yang masuk demi perbaikan dan perkembangan lembaga atau perusahaan.
2. Memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat. Di samping itu, menjalankan dan bertanggung jawab terhadap kehidupan kita bersama dengan lingkungan, karena mereka ikut menentukan kehidupan lembaga atau perusahaan apabila kita tidak saling mengganggu, perlu di ajak berunding, demi kebaikan semua pihak tidak ada yang dirugikan.
3. Memperbaiki citra lembaga, bagi public relations, menyadari citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, presentasi, publikasi dan seterusnya, tetapi terletak pada pertama bagaimana organisasi bisa mencerminkan organisasi yang dipercayai, memiliki kekuatan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengadakan perkembangan secara berkesinambungan yang selalu terbuka untuk dikontrol, dievaluasi, kedua dapat dikatakan bahwa citra tersebut merupakan gambaran komponen yang komplek.

4. Tanggung jawab social, *public relations* merupakan instrumen untuk bertanggung jawab terhadap semua kelompok yang berhak terhadap tanggung jawab tersebut. Penting diusahakan bahwa seluruh lembaga bersikap terbuka dan jujur terhadap semua kelompok atau publik yang ada hubunganya dan memerlukan informasi, apabila mau mendapat kepercayaan dari publik, dan masyarakat pada umumnya, suatu lembaga atau perusahaan mempunyai kewajiban adanya usaha untuk pelayanan sosial yang harus menjadi tanggung jawab (pintu terbuka).
5. Komunikasi, *Publik relations* mempunyai pengetahuan tentang komunikasi, perlu juga untuk dimiliki oleh *public relations* adalah pengetahuan manajemen, kepemimpinan dan struktur organisasi.[18]

Seperti yang telah disebutkan bahwa humas mempunyai tugas dan tanggung jawab yang harus dilakukan untuk memperlancar kegiatan yang dilakukan dalam suatu lembaga dan organisasi.

Menurut H. Fayol beberapa kegiatan dan sasaran humas adalah :[19]

a) Membangun identitas dan citra perusahaan (*Building Corporate Identity And Image*).
b) Menciptakan identitas dan citra perusahaan yang positif.

---

[18] Sr.Maria Assumpta Rumanti OSF. *Dasar-Dasar Publik Relations* (Jakarta : PT. Grasindo Widiasarana Indonesia), hal. 39

[19] Rosady Ruslan, *Managemen Publik Relations dan Media Komunikasi* (Jalarta : Raja Grafindo Persada, 2003), hal. 20-21

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Mendukung kegiatan timbal balik dua arah dengan berbagai pihak.

c) Menghadapi krisis (*facing of crisis*)

- Menangani keluhan (*complain*) dan menghadapi krisis yang terjadi dengan pembentukan managemen krisis dan *public relations* bertugas memperbaiki *lost of image and damage*.

d) Mempromosikan aspek kemasyarakatan (*Promotion public causes*)

- Mempromosikan yang menyangkut kepentingan public.
- Mendukung kampanye social.

Komunikasi yang sifatnya terbuka dari lembaga atau perusahaan, penting dan harus terjadi bila lembaga atau perusahaan mau berkembang maju, sumber informasi sangat penting sebagai langkah membuat keputusan.

c. Proses Kerja Humas

Ada beberapa proses kerja *publik relations* yaitu :

1. Pengumpulan data

Sebelum melakukan berbagai kegiatan, *public relations* harus melakukan tahap pengumpulan data dengan cara membuat berbagai macam catatan kronologis, sistematis dan terkategorisasi. Data ini bisa berasal dari peristiwa yang terjadi, dokumen, sejarah, majalah, koran, dan sebagainya, dan sangat penting data yang actual, obyektif dan seterusnya. Semuanya harus bisa secara cepat dan akurat dibaca public relations untuk diseleksi dan diolah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Analisis data

Semua data dipertimbangkan kekuatan dan kelemahanya sehingga menghasilkan diagnosa, dasini perlu diperhatikan munculnya interpretasi yang bersifat subyektif.

3. Strategi dan penentuan media atau sarana

Sebelumnya, kita harus mengetahui terlebih dahulu sasaran publiknya, kemudian mengetahui relasi yang bisa memberatkan dan penghambat. Apa dan siapa yang diprioritaskan sesuai dengan tujuan, pekerjaan ini memang tampaknya biasa-biasa saja, tetapi dalam kenyataanya sangat rumit, dan ini yang menentukan berhasil atau tidaknya nanti. Oleh karena itu, seorang public relations memrlukan berbagai macam pengetahuan dan pengalaman.

4. Pelaksanaan.

Tidak semua orang bisa begitu saja melaksanakan public relations, kadang-kadang dalam hal yang cukup besar di perlukan penasehat sehingga setiap kegiatan dapat dilaksanakan oleh orang yang tepat.

5. Evaluasi.

Evaluasi ini sering kurang mendapat perhatian, padahal evaluasi tersebut sangat penting. Evaluasi disini maksudnya adalah, pada setiap kegiatan dan secara keseluruhan .

Penentuan sumber informasi merupakan langkah pertama dalam membuat keputusan untuk membuat perencanaan. Berikut adalah langkah-langkah menganalisis informasi hingga sampai dengan keputusan :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Pengumpulan data

b. Mempertimbangkan dengan berbagai alasan, menganalisis peraturan dengan memperhatikan segala argumentasi.

c. Ditentukan suatu keputusan dengan menentukan bebagai alternatif.

d. Aksi dilaksanakan sesuai dengan fungsi public relations.

> Dalam proses tidak mungkin mulus hanya memperhatikan salah satu faktor, tetapi dengan yang lain senantiasa terkait. Proses kerja public relations akan sangat terbuka oleh organisasi yang brrsikap terbuka, bukan hanya memberikan kemudahan, melainkan hasilnya akan lebih akurat.[20]

d. Penerapan Humas di Organisasi

Pada prakteknya humas berkaitan dengan upaya mencapai benak khalayak. Dimana humas memang dituntut untuk dapat menjalin hubungan baik antara sebuah organisasi dengan khalayaknya. Mengingat dalam penelitian ini membicarakan organisasi masyarakat yang berbasiskan agama. Oleh karena itu untuk menarik minat khalayak dalam membina hubungan, suatu organisasi membutuhkan humas. Karena suatu organisasi tidak akan bisa berdiri sendiri tanpa penyesuaian diri dengan kepentingan umum. Namun, untuk menjangkaunya secara efektif, mereka harus menetapkan khalayak tertentu dan berhubungan dengan kelompok tersebut sejauh dukungannya diperlukan dan diperoleh. Humas harus bersikap terbuka terhadap khalayak. Bagi humas komunikasi adalah sentral, dimana keberadaanya sangat penting. Humas dalam memberikan informasi harus

---

[20] Sr.Maria Assumpta Rumanti OSF, *Dasar-Dasar Publik Relations* (Jakarta : PT. Grasindo Widiasarana Indonesia, 2002), hal. 272-273

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bersifat transparan, obyektif, jujur, dan terbuka untuk berbagai macam input, pendapat, opini, kritik dan sebagainya. Humas harus menyadarinya, karena itu semua sangat penting untuk kelangsungan kehidupan organisasinya.

Bagi sebuah organisasi yang ingin maju, humas memerlukan relasi untuk perkembangan organisasi. Dengan relasi yang baik, tercipta adanya rasa saling percaya, pengertian dan saling menerima antara organisasi dengan khalayaknya. Disini dibutuhkan penerapan komunikasi dua arah untuk mengembangkan relasi sosial yang sederhana maupun yang potensial dan yang kompleks. Maka perlu dikembangkan secara terus menerus. Apapun aakn dilakukan demi kepentingan dua belah pihak antara publik dengan organisasi untuk semakin bergerak maju.[21]

2. Citra

a. Pengertian Citra

Saat ini, perusahaan atau organisasi dan orang-orang yang mengelolanya sangat sensitif menghadapi publik-publik mereka yang kritis. Sehingga banyak perusahaan atau lembaga memahami sekali perlunya memberi perhatian yang cukup untuk membangun suatu citra yang menguntungkan bagi suatu perusahaan tidak hanya melepaskan diri terhadap terbentuknya suatu kesan publik negatif.

Ada beberapa definisi tentang citra itu sendiri, menurut Katz (1994) seperti yang dikutip oleh Soemirat dan Ardianto mengatakan :

---

[21] PC. Bambang Herimanto, Sr. M. Assumpta Rumanti, OSF dan FX. Indrojiono, *Public Relations dalam Organisasi* (Yogyakarta; Santusta, 2007), hal.57

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> Citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan atau lembaga, seseorang, suatu komite, atau suatu aktifitas. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak orang memandangnya. Berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan paotensial, bankir, staf perusahaan dan gerakan pelanggan disektor perdagangan yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan atau lembaga (Soemirat dan Ardianto).[22]

Menurut Kotler (1995) mendefinisikan tentang citra adalah sebagi jumlah dari keyakinan-keyakinan, gambar-gambar dan kesan-kesan tentang seseorang terhadap suatu objek. Objekyang dimaksud bisa berupa orang, lembaga sosial, jika yang dimaksud citra adalah citra organisasi maka seluruh keyakinan, gambaran dan kesan atas organisasi dari seseorang merupakan citra.[23]

Dengan kata lain citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan atau suatu aktifitas dari perusahaan atau lembaga tersebut. Berbagai cutra perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, staf perusahaan dan lainya, sehingga perusahaaan atau lembaga mempunyai citra sebanyak jumlah orang memandangnya. Ada banyak citra perusahaan atau lembaga, misalnya siap membantu, inofatif, sangat perhatian dengan karyawan, dan tepat pada pengiriman, alokasi waktu yang baik dan tepat. Tugas perusahaan atau lembaga dalam membentuk citranya adalah dengan mengidentifikasi citra seperti apa yang ingin dibentuk dimata masyarakat.

Citra menurut Danasputra seperti yang dikutip oleh Soemirat dan Ardianto, citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku

---

[22] Sholeh Soemirat Elvinaro, *Dasar-dasar Publik Relations* (Bandung : PT Remaja Rosda Karya, 2003) hal. 14

[23] Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Perusahaan* (Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 2003), hal 331

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tertentu, cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan. Dengan kata lain citra terbentuk berdasakan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang, sebab proses informasi terjadi karena adanya aktivitas komunikasi, aktivitas publik relations tidak terlepas dari aktivitas komunikasi.

Penilaian atau tanggapan masyarakat dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat, kesan-kesan yang baik dan menguntungkan terhadap suatu citra lembaga atau perusahaan atau produk barang dan jasa pelayanannya yang diwakili oleh pihak publik relaions. Biasanya landasan citra iu berakhir dari nilai-nilai kepercayaan yang konkritnya diberikan secara individual, dan merupakan pandangan atau persepsi, serta terjadinya proses akumulasi dari amanah kepercayaan yang telah diberikan oleh individu-individu tersebut mengalami proses cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini publik yang lebih luas dan abstrak, yaitu sering dinamakan citra (*image*)[24]

Secara logika ketika lembaga atau perusahaan mengalami krisis kepercayaan dari publik atau masyarakat umum akan membawa dampak negatif terhadap citra lembaga atau perusahaan. Citra publik relations yang ideal adalah kesan yang benar, yakni sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya. Suatu citra yang dimunculkan sesungguhnya bisa dimunculkan kapan saja, termasuk terjadinya musibah atau sesuatu yang buruk, caranya adalah dengan menjelaskan secara jujur apa yang

---

[24] Rosadi Ruslan, *Manajemen Humas dan Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi* (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2002), hal. 74

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjadi penyebabnya, baik itu informasi yang salah atau perilaku yang keliru, akhirnya penting disadari bahwa citra itu ada dalam realitas.

Ada beberapa jenis citra sebagai berikut :

a. Citra Cermin (*mirror*) yaitu citra yang diyakini oleh lembaga mengenai kesan orang luar terhadap lembaga atau perusahaan yang dipimpinnya itu tidak selamanya selalu dalam posisi baik. Setelah diadakan studi tentang tanggapan, kesan dan citra dimasyarakat ternyata terjadi perbedaan antara yang diharapkan dengan kenyataan citra dilapangan, bisa terjadi justru mencerminkan negatifnya yang muncul. Dengan kata lain citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenali pandangan luar terhadap organisasinya.
b. Citra yang berlaku (*current image*) yaitu suatu citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi.
c. Citra harapan (*wish image*) adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Citra ini juga tidak sama dengan citra sebenarnya. Biasanya citra harapan lebih baik atau lebih menyenangkan dari pada citra yang ada, walaupun dalam kondisi tertentu citra yang terlalu baik juga bisa merepotkan.
d. Citra perusahaan (*corporate image*) ada pula yang menyebutnya sebagai citra lembaga adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan pelayananya saja. Citra perusahaan ini terbentuk oleh banyak hal. Hal-hal positif yang bisa menigkatkan citra suatu perusahaan antara lain adalah sejarah riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan-keberhasilan dibidang keuangan yang pernah diraihnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Citra majemuk (*multiple image*), setiap perusahaan atau organisasi pasti memiliki banyak unit dan pegawai (anggota), masing-masing unit dan individu tersebut memiliki perangai dan perilaku tersendiri, sehingga memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan boleh dikatakan sama banyaknya dengan jumlah pegawai yang dimilikinya .[25]

1) Strategi mewujudkan citra

Bidang humas sangat luas dan menyangkut hubungan dengan berbagai pihak. Humas bukan sekedar relations, meskipun personal relations mempunyai peranan yang sangat besar dalam kampanye publik relations. Misalnya, publik relations juga bukan sekedar menjual senyum, propaganda dengan tujuan memperoleh kemenangan sendiri atau mendekati pers dengan tujuan untuk memperoleh suatu pemberitaan. Lebih dari itu publik relations mengandalkan stetegi yakni agar organisasi disukai oleh pihak-pihak yang berhubungan dengan organisasi ini.

Dalam publik relations disebut stake holders atau mereka yang mempertaruhkan hidpnya pada dan untuk organisasi. Mereka pun disebut target publik organisasi. Mereka semua membentuk opini di dalam masyarakat dan dapat mengangkat atau menjatuhkan citra dan reputasi organisasi atau perusahaan.

---

[25] M.Linggar Anggoro , *Teori dan Profesi Kehumasan* (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2000), hal 59-68

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Humas itu merupakan fungsi strategi dalam manajemen yang melakukan komunikasi untuk menimbulkan pemahaman dan penerimaan publik, karakteristik publik relations secara tersurat, yaitu :

1) Publik relations adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik.
2) Publik relations merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan pleh manajemen suatu organisasi.
3) Publik yang menjadi sasaran publik relations adalah publik internal dan eksternal.
4) Operasionalisasi publik relations adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dan publiknya dan mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang timbul dari phak organisasi maupun dari pihak publik.

Dengan membangun citra yang positif pada dasarnya Humas harus memperhatikan baik external public maupun internal public. External Public adalah public diluar institusi dimana Humas berada, sedang internal public adalah para pegawai atau karyawan yang ada dalam lingkungan kerja dimana Humas berada.

1. *External Public*. Humas harus dapat menciptakan *Corporate Culture*, menanamkan budaya kerja dan etos kerja serta menumbuhkan *Sence of Belonging* pada karyawan. Karena harus disadari bahwa membangun citra yang positif suatu lembaga, tidak hanya diwujudkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melalui kinerjanya, tetapi juga sikap dan perilaku setiap individu yang ada dalam institusi tersebut, dari tukang sapu sampai kepada top manajemen harus menjaga nama baik institusinya atau lembaganya dengan penampilan yang berkualitas. Bukan mustahil hanya kesalahan salah seorang pegawainya, nama baik lembaga jadi tercemar. Dengan kesadaran itulah Humas harus mempunyai program yang jelas dan terarah dalam membangun budaya kerja dan etos kerja bagi pegawai di instansi tempatnya bekerja.

2. *Internal Public.* Humas harus dapat menciptakan *Corporate Image*, atau membangun image (citra) organisasi yang positif, yang kredibel dan bonafide. Penciptaan image yang positif itu tentu memerlukan program kerja yang terencana dengan baik dan jelas sasarannya. Atau dengan kata lain, kegiatan Humas bukanlah kegiatan yang bersifat kebetulan tetapi kegiatan yang benar-benar direncanakan untuk tujuan tertentu. Humas pula yang harus dapat menjadi "jembatan" yang menghubungkan publik dengan institusinya, sehingga selain menyampaikan kebijakan, Humas juga harus menyerap aspirasi masyarakat, mendengar suara masyarakat, terutama yang berkaitan dengan institusinya, dan menyampaikan umpan balik masyarakat kepada pimpinan sebagai bahan pengamblilan kebijakan pimpinan.

Prinsip komunikasi dua arah dan timbal balik merupakan proses penyampaian suatu pesan seseorang atau kelompok (komunikator) untuk memberitahu atau mengubah sikap opini dan perilaku kepada perseorangan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau kelompok (komunikan), baik berhadapan langsung maupun tidak langsung, melalui media massa sebagai alat atau saluran penyampaian pesan untuk mencapai tujuan atau target dalam proses komunikasi dua arah yang hendak dicapai

Adapun proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan, atau perilaku tertentu, untuk mengetahui adanya penelitian. Melalui penelitian lembaganya, dapat mengetahui apa yang disukai dan apa yang tidak disukai oleh publiknya, untuk mendorong citra lembaga (*corporate image*) yang positif, publik relations *officer* harus menyampaikan realitas yang sebenarnya sehingga menarik perhatian.

Publik relations officer harus menyampaikan realitas yang sebenarnya dan harus menyusun program-progam sedemikian rupa agar progam lembaga dapat diketahui oleh publik, berikut ini beberapa prinsip yang diberikan oleh Stecen (1996) sebagai berikut :

a) Katakan kebenaran, jujur setiap informasi yang disampaikan hendaknya berisi kebenaran bukan kebohongan.
b) Jadilah pendengar yang baik, hal ini berarti publik relation officer harus mampu mendengarkan saran dan masukan dari berbagai pihak, agar hubungan yang dilakukan berjalan dengan baik.
c) Yakin dengan misi yang ingin dicapai, keyakinan terhadap suatu misi akan menciptakan suasana kerja yang baik, sehingga aktifitas hubungan masyarakat akan berjalan dengan baik.
d) Hubungan masyarakat harus dipersiapkan dengan matang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e) Tugas publik relations officer bukan untuk mengubah sikap masyarakat secara seketika.

f) Individu yang cerdas, tegas dan mempunyai keinginan yang kuat sangat diperlukan.

B. KAJIAN TEORITIK

a. Teori

Pada penelitian ini penulis menggunakan teori "Brand Image" yang dikemukakan oleh Kotler & Keller. Menurut Fandy Tjiptono *Brand Image* atau *brand description*, adalah deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Sedangkan menurut Freddy Rangkuti *Brand Image* atau *brand personality* adalah sekumpulan assosiasi merek yang terbentuk dan melekat di benak konsumen. Menurut Martinez dan Leslie dalam jurnal, mengutip pendapat Aaker bahwa definisi brand adalah, "*a distinguishing name or symbol (such as a logo, trademark, or package design) intended to identify the goods or services of either one seller or a group of sellers, and to differentiate those goods or services from those competitor*". Hal ini juga sesuai dengan definisi Merek menurut American Marketing Association yang dikutip oleh Kotler & Keller, bahwa merek adalah nama, istilah, tanda, simbol atau disain, atau kombinasi dari hal-hal tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasikan barang atau jasa dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari barang dan jasa pesaing".[26]

Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa merek sebenarnya adalah merupakan janji penjual untuk secara konsisten memberikan tampilan, manfaat tertentu kepada konsumen, sehingga apabila janji tersebut terpenuhi maka akan berimplikasi pada baiknya citra perusahaan. Dan janji yang diberikan oleh suatu merek yang baik adalah 'suatu jaminan bahwa apa yang dilihat oleh konsumen itulah yang akan mereka dapatkan' atau dengan kata lain perusahaan mendapatkan citra yang baik di mata konsumen.

Hal ini juga berlaku dalam sebuah organisasi, dimana publik yang akan menjadi massa pengikut suatu organisasi akan tertarik dan memilih aktif bergabung dalam setiap kegiatan yang dilakukan apabila organisasi itu memiliki nama baik di mata publik maupun desain konsep kegiatan yang menarik, dan dapat membawa manfaat tertentu baik bagi mereka maupun organisasi ke depannya. Begitu juga halnya dengan PWNU Jatim, dimana setelah Pilgub Jatim kemarin, sempat menimbulkan anggapan bahwa PWNU Jatim kini adalah organisasi yang berkiprah di bidang politik itu negatif. Disini keberadaan humas dirasa sangat diperlukan untuk membenahi opini publik mengenai PWNU Jatim. Kaitan dengan teori *brand image* adalah, dalam mengembalikan citra baik PWNU Jatim memerlukan sebuah desain konsep yang menarik dan membawa manfaat bagi para

[26] http://awad23.wordpress.com/2008/06/25/landasan-teori-tentang-pengaruh-nama-merek-favorable-brand-favorable-terhadap-persepsi-produk-oleh. Diakses tanggal 19 Juli 2009

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengikutnya. Hal ini tidaklah sulit mengingat NU telah memiliki nama sebagai ormas Islam terbesar dan tertua yang masih tetap eksis di Indonesia lebih mudah mendapatkan massa karena telah memiliki merek dan jelas membawa manfaat bagi pengikutnya.

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Sebagi rujukan dari penelusuran hasil penelitian yang terkait dengan tema yang diteliti, peneliti berusaha mencari referensi hasil penelitian yang dikaji oleh peneliti terdahulu, sehingga dapat membantu peneliti dalam mengkaji tema yang diteliti. Dari temuan hasil penelitian terdahulu yang diperoleh dari :

1. **Peranan Manajemen Humas dalam Meningkatkan Perkembangan Lembaga Pendidikan di MAN Rangel Kabupaten Tuban.**[27] Skripsi yang ditulis oleh Imam Hanafi, tahun 2005. Adapun hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa :

   Peranan manajemen humas sangat penting pengaruhnya dalam meningkatkan perkembangan lembaga pendidikan dan membina hubungan masyarakat dengan baik agar lembaga pendidikan tersebut dapat dikenal dalam masyarakat, telah ditegaskan bahwa hubungan masyarakat itu merupakan kegiatan untuk melaksanakan hubungan dengan publik, baik luar dan di dalam lembaga pendidikan tersebut dengan jalan menumbuhkan komunikasi.

---

[27] Imam Hanafi, *Peranan Manajemen Humas dalam Meningkatkan Perkembangan Lembaga Pendidikan di MAN Rangel Kabupaten Tuban*, Skripsi tahun 2005

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari hasil penelitian peranan manajemen humas sangat menentukan perkembangan lembaga pendidikan, dimana lembaga pendidikan itu membutuhkan manajemen yang benar dan jelas untuk melakukan kegiatan belajar mengajar.

Memang penelitian ini sangat berbeda karena dalam penelitian terdahulu membahsa tentang manajemen humas dalam suatu lembaga pendidikan. Akan tetapi dalam penelitian kali ini lebih fokus pada peranan humas, karena penelitian kali ini bertujuan untuk mengetahui peranan Humas PWNU Jatim dalam membangun citra.

2. **Peranan Humas Iain Sunan Ampel Surabaya Dalam Membina Hubungan Pimpinan Dengan Karyawan Di Lingkungan Kantor Pusat.**[28] Skripsi yang ditulis oleh Hartik, tahun 2006. Dan hasil dari penelitian tersebut menyebutkan bahwa :

Adapun peranan humas dalam membina hubungan pimpinan dengan karyawan dimana humas dalam melakukan suatu hubungan antara pimpinan dengan karyawan, hubungan mereka dalam bersosialisasi lingkungan merupakan suatu hubungan yang harmonis, namun humas di lingkungan Kantor Pusat IAIN Sunan Ampel Surabaya dalam membina hubungan tidak mempunyai peranan penting, serta dalam menangani permasalahan yang terjadi di instansi dan untuk menciptakan hubungan kerja yang harmonis humas hanya mengikuti kebijakan yang diberikan pimpinan untuk menyampaikan informasi pada setiap lembaga apabila ada kebijakan yang

[28] Hartik, *Peranan Humas Iain Sunan Ampel Surabaya Dalam Membina Hubungan Pimpinan Dengan Karyawan Di Lingkungan Kantor Pusat*, Skripsi tahun 2006

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

harus diinformasikan pada seluruh staf IAIN, sehingga fungsi humas tidak bisa berjalan sebagaimana dengan lembaga lain yang mempunyai peranan penting untuk memberikan citra terbaik dimata masyarakat. Lain halnya dengan Humas IAIN yang keberadaannya bernaung dibawah sub bagian Perlengkapan Rumah Tangga. Dan media atau alat yang digunakan humas dalam menyampaikan informasipun masih kurang begitu lengkap.

Penulis mengambil hasil skripsi ini sebagai bahan pertimbangan mengingat tema pembahasan yang diangkat adalah sama. Sama-sama meneliti mengenai peranan humas dilingkungan lembaga yang berbasiskan keagamaan, yaitu Islam. Dimana unsur-unsur *tepo seliro* sangat kental, dan mungkin bisa dibilang senioritaslah yang akan selalu berlaku disini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.

Dalam penelitian tentang "Peranan Humas PWNU Jatim dalam membangun citra" peneliti akan menggunakan pendekatan *fenomenologis* yang berusaha memahami arti perisiwa dan kaitanya terhadap orang-orang biasa dalam situasi-situasi tertentu.[29] Fenomenologi (*phenomenologi*) dapat diartikan sebagai upaya studi tentang pengetahuan yang timbul karena rasa ingin tahu. Obyek pengetahuan berupa gejala atau kejadian-kejadian dipahami melalui pemahaman secara sadar. Fenomenologi menganggap pengalaman yang aktual sebagai data tentang realitas yang dipelajari.[30]

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, karena metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati untuk diarahkan pada latar dan individu secara holistic. Penelitian kualitatif mempunyai tujuan agar peneliti lebih mengenal lingkungan penelitian, dan dapat terjun langsung ke lapangan.[31]

Sedangkan penelitian kualitatif deskriptif bertujuan melukiskan secara sistematik untuk memperoleh gambaran umum mengenai peranan humas PWNU

---

[29]Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 1996), hal. 9

[30]Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Yogyakarta : LKIS, 2007), hal. 54

[31]Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2003), hal 3

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

JATIM dalam melakukan kegiatan yang bersangkutan dengan membina hubungan pimpinan dengan bawahan agar tercipta hubungan yang harmonis.

Alasan peneliti mengambil penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologis adalah :

a. Karena didalam penelitian hubungan masyarakat berbentuk argumentasi, data-data dan dokumentasi, sehingga harus menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologis.
b. Karena yang ingin diteliti adalah hubungan masyarakat maka harus melalui pengamatan secara langsung sehingga tahu keadaan yang sebenarnya di dalam lembaga tersebut.
c. Pengamatan yang dilakukan peneliti kebanyakan datanya berbentuk kata-kata bukan angka-angka jadi harus terlibat langsung didalamnya.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian untuk mencapai kebenaran dengan reaksi empirik yang berkembang dalam masyarakat, oleh karena itu sangat sesuai jika digunakan untuk mengkaji lebih lanjut peranan humas PWNU Jatim dalam membangun citra.

Ada empat ciri utama penelitian kualitatif yaitu :

a. Bersifat deskriptif, yaitu data yang terkumpul berbentuk kata-kata, gambar dan bukan angka-angka.
b. Lebih bekerja pada proses kerja, dimana seluruh fenomena di terjemahkan kedalam kegiatan sehari-hari.
c. Mempunyai setting alami sebagai instrument utama.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Menekankan pada makna.[32]

Dengan demikian dapat dipahami bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian untuk mencapai kebenaran dengan reaksi empirik yang berkembang dalam masyarakat. Oleh karena itu sangat sesuai sekali jika digunakan untuk mengkaji lebih lanjut peranan humas PWNU Jatim dalam membangun citra dengan menggunakan peneliian kualiatif deskriptif.

B. Subyek dan Lokasi Penelitian

Subyek yang menjadi konsentrasi adalah kepala Humas PWNU Jatim Bapak Nor Hadi. Penelitian ini berlokasi di PWNU Jatim Jl. Masjid Akbar Timur No.9 Surabaya Telp 031 8296146 Fax 8292677.

C. Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dimana data diperoleh. Sedangkan sumber data yang utama menurut jenis datanya dalam penelitian kualitatif yaitu :

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh dari lapangan yang berkaitan dengan obyek *research* yang meliputi wawancara dengan praktisi hubungan masyarakat dalam lembaga yaitu kepala humas dan staf-stafnya yang menjalankan kebijakan tersebut. Adapun bentuknya adalah kata-kata dan tindakan orang yang diamati atau diwawancarai dengan dicatat secara tertulis

[32]Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Bandung : CV. Pustaka Setia,2002), hal. 51

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melalui rekaman radio ataupun visual. Dari hasil wawancara ini peneliti kembangkan dan kumpulkan menjadi bahan kajian untuk memperoleh hasil penelitian, selain itu peneliti disini juga berperan serta dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh lembaga ini.

Yang menjadi sumber data dalam peneliian ini adalah :

No	Nama	Jabatan	Status	Alasan
1	Norhadi SPd., MM.	Humas PWNU Jatim	Key informan	Perannya sebagai humas PWNU Jatim
2	H.Masyhudi Muchtar MBA.	Sekretaris PWNU Jatim	Informan	Beliau merupakan sekretaris umum yang mengerti betul kondisi internal PWNU Jatim, baik kedekatan dengan ketua dan kiai sepuh lainnya, maupun pemahaman mengenai seluk beluk organisasi. Selain itu beliau adalah pencetus keberadaan humas di PWNU Jatim.
3	Nurul Azmi	Sekretariat	Informan	Karena belum terbentuknya tim humas, maka keterlibatan sekretariat sangat dibutuhkan untuk membantu mensukseskan kegiatan-kegiatan humas.
4	Dra. Hj. Maria Ulfa	Sekretariat	Informan	

b. Sumber Data Skunder

Dalam penelitian ini sumber data skunder diperoleh dari dokumen-dokumen yang diperoleh dari PWNU Jatim dan data-data lain terkait dengan permasalahan yang dihadapi peneliti, untuk dijadikan rujukan bagi peneliti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam mencari dokumen dari berbagai macam sumber data, arsip, buku jurnal, majalah serta naskah-naskah yang ada kaitanya dengan lembaga.

D. Tahap-Tahap Penelitian

Untuk melakukan sebuah penelitian kualitatif, perlu mengetahui tahap yang akan dilalui melalui proses penelitian.Untuk itu peneliti harus menyusun tahap-tahap penelitian yang lebih sistematis agar dapat diperoleh hasil penelitian yang sistematis pula.Ada empat tahap yang bisa dikerjakan dalam suatu penelitian yaitu pra lapangan,pekerjaan lapangan, analisis data dan penulisan laporan.

1. Tahap Pra Lapangan

Pada tahap awal ini peneliti merumuskan masalah, membuat proposal penelitian, menemukan lokasi, mengurus perizinan, menentukan informan, menyiapkan perlengkapan penelitian, dan keperluan lain yang berkaitan dengan persiapan penelitian, peneliti disini sebagai penentu hal-hal yang berkaitan dengan persiapan dalam memasuki lembaga.

2. Tahap Pekerjaan Lapangan

a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri: Dalam tahap ini dibagi atas tiga bagian yaitu, memahami latar belakang penelitian dan partisipasi diri, apakah sebagai peneliti yang dikenal atau yang tidak dikenal.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Memasuki lapangan yakni: dengan mengadakan keakraban hubungan sehingga terjalin hubungan tak ada batas antara keduanya dan dengan mempelajari bahasa serta aktifitas yang ada di dalam.

c. Berperan sambil mengumpulkan data yakni yang meliputi:

   a) Pengarahan Batas studi : Peneliti hendaknya memperhitungkan masalah keterbatasan waktu, tenaga dan mungkin juga biaya sehingga tidak sampai terpancing untuk mengikuti arus kegiatan masyarakat atau orang pada latar penelitian.

   b) Mencatat Data : Alat penelitian yang penting yang biasanya digunakan adalah catatan lapangan. Catatan lapangan tidak lain dari pada catatan yang dibuat oleh peneliti sewaktu mengadakan pengamatan, wawncara, atau menyaksikan suatu kejadian tertentu. Biasanya catatan lapangan dibuat dalam kata-kata kunci, singkatan pokok-pokok utama saja, kemudian dilengkapi dan disempurnakanapabila sudah pulang ketempat tinggal.

   c) Petunjuk tentang cara mengingat data yakni dengan membuat catatan, tidak bicara dengan yang lain berusaha agar tidak ada gangguan sewaktu memilih,membuat garis besar, mencatat apa yang dikatakan subyek secara verbatim.

   d) Kejenuhan, ketelitian dan istirahat. Peneliti hendaknya menggunakan waktu sebaik mungkin untuk sekedar melakukan reaksi atau mengganti suasana agar dalam aktivitas penelitian tidak mengalami kejenuhan yang berat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e) Meneliti suatu latar yang didalamnya terdapat pertentangan, peneliti hendaknya sekuat tenaga agar tetap netral, tidak memihak, dan sejauh mungkin menengahi persoalan yang terjadi.

f) Analisis di lapangan. Tahap analisis data yakni yang meliputi:

1). Konsep Dasar Analisa Data.

2). Menentukan Tema.[33]

3. Tahap Analisis Data

Analisi data merupakan proses mengatur urutan data, mengorganisasikanya kedalam suatu pola, kategori dan suatu uraian dasar. Pada tahap ini data yang diperoleh dari berbagai sumber yaitu wawancara, pengamatan, catatan lapangan, dokumen dan data lain yang mendukung, dikumpulkan, diklarifikasi dan di analisa dengan analisa komparatif konstan.

Pada tahap analisa data ini peneliti mengumpulkan semua data-data yang di peroleh peneliti dari berbagai sumber yaitu hasil wawancara, pengamatan, catatan lapamgan, serta dokumen-dokumen yang mendukung kemudian diolah dan dikaji serta ditarik kesimpulan dan di analisa dengan analisis komparatif konstan.

4. Tahap Penulisan Laporan

Penulisan laporan hasil akhir dari suatu penelitian, sehingga dalam tahap akhir ini peneliti mempunyai pengaruh terhadap hasil penulisan laporan.

---

[33] Lexy J Moleong *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung : PT Remaja Rosda Karya, 2004), hal 84-110

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penulisan laporan yang sesuai dengan prosedur penulisan yang baik pula terhadap hasil penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indera mata sebagai alat bantu utamanya, selain panca indera lainya seperti telinga, mulut dan lain-lain. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, dalam penelitian tersebut dapat diamati oleh peneliti. Dalam arti bahwa data tersebut dihimpun melalui pengamatan peneliti melalui penggunaan panca indera. Disisi lain observasi berfungsi untuk menjelaskan, memberikan, dan merinci gejala-gejala yang terjadi.[34] Pada tahap ini pengamatan langsung tentang peranan hubungan masyarakat dalam membangun citra PWNU Jatim .Dalam penelitian ini yang akan di observasi adalah humas PWNU Jatim beserta staf-staf yang terkait dalam membangun citra.

2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (intrviewer)

---

[34] Jalaludin Rahmat, *Metodelogi Penelitian Komunikasi* (Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 2001). hal. 84

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang mengajukan pertanyaaan dan yang diwawancarai,yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

Disamping itu Stewart L. Tubbs Silvia Moss dalam bukunya *Human Comunication* mendefinisikan wawancara itu interview sebagai percakapan yang bertujuan.[35] Dalam penelitian ini peneliti sengaja menggunakan system wawancara yang tak terstruktur dengan harapan agar bisa mendapatkan data secara mendalam, lebih dari itu peneliti yakin hal itu bisa mendapatkan data dengan sebanyak-banyaknya dan seluas mungkin serta mendalam tentang peranan humas PWNU Jatim dalam membangun citra.Adapun yang peneliti wawancarai dalam penelitian ini adalah

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik yang mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkip, buku, surat kabar, majalah, notulen, rapat anggota dan sebagainya.[36] Teknik ini digunakan dalam penelitian kualitatif karena bersifat alamiyah serta sesuai dengan konteknya. Adapun tujuanya untuk mengetahui sejarah latar belakang berdirinya serta visi, misi, sarana dan prasarana di PWNU Jatim dan lain sebagainya.

---

[35] Stwart L Tubbs Silvia Moss, *Humas Communications Kontek-Kontek Komunikasi* (Bandung : PT. Remaja Roskada Karya,2001), hal 59

[36] Suharsimi Arikunto *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta : PT. Rineka Cipta,1998), hal 234

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Teknik Anlisis Data

Analisis data menurut Patton adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikan kedalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Ia membedakannya dengan penafsiran, yaitu memberikan arti yang signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan di antara dimensi-dimensi uraian. Dari pengertian diatas memberikan gambaran tentang betapa pentingnya kedudukan analisis data ini ditinjau dari tujuan penelitian. Prinsip penelitian kualitatif adalah menemukan teori dan data. Namun banyak juga ilmuan yang menggunakanya sebagai alat untuk menguji atau memverivikasi teori yang sedang berlaku.[37]

Dalam menganalisis data yang sudah berhasil terkumpul, peneliti menggunakan teknik komparatif konstan, maksudnya adalah menggambarkan data-data penelitian yang ada kemudian mengambil kesimpulan dari hasil penelitian yang teleh dilakukan, dan peneliti mengkomparatifkan data-data yang bersifat empiris dengan data reoritis, dan yang terakhir peneliti memaparkan ide-ide atau pemikiran yang berhubungan dengan hasil penelitian secara reflektif dalam rangka melakukan penyempurnaan terhadap kondisi realitas subyek penelitian.

Alasan menggunakan teknik analisis komparatif adalah sebagai berikut :

a. Karena penelitian ini berorientasi pada lapangan, mencari isu penting peristiwa actual yang terjadi didalam PWNU Jatim.

---

[37] Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 2004), hal 103

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Karena dalam pembentukan citra PWNU tersebut terdapat peranan Humas yang perlu dikaji lebih mendalam sehingga dalam penelitian ini nantinya akan menemukan teori yang baru atau pengembangan teori yang ada.

Tahapan-tahapan dalam metode komparatif konstan adalah sebagai berikut:

a. Tahap membandingkan kejadian yang dapat diterapkan pada tiap kategori.
b. Tahap memadukan kategori-kategori serta ciri-cirinya.
c. Tahap membatasi lingkup teori dan tahap menulis teori.

G. Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data dalam suatu penelitian merupakan dasar obyektifitas hasil yang dicapai. Dalam penelitian yang menggunakan jenis kualitatif terhadap peranan Humas PWNU Jatim dalam membangun citra.

Menggunakan beberapa teknik dalam mengevaluasi keabsahan data sebagai berikut :

a. Perpanjangan keikutsertaan.

Peneliti dalam penelitian kualitatif adalah instrument utama, sehingga keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data,keikutsertaan tidak dalam waktu singkat, tetapi memerlukan perpanjangan peneliti pada latar penelitian, dengan waktu yang panjang dalam melakukan penelitian akan dapat di peroleh data yang lebih baik dan untuk mendeteksi data yang di peroleh,sehingga menyediakan lingkup yang lebih luas.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Ketekunan Pengamatan.

Ketekunan pengamatan disini dimaksudkan untuk menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal tersebut secara rinci. Dengan pengamatan yang dilakukan peneliti untuk memperoleh kedalaman data yang bisa disesuaikan dengan masalah yang diteliti.

c. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.Dalam hal ini triangulasi dan teori sebagai penjelasan banding *(rival explanations)*. Selain itu triangulasi dengan sumber sebagai pembanding terhadap sumber yang diperoleh dari hasil penelitian dengan sumber data yang lain.[38]

d. Kecukupan Referensial

Yang berupa bahan-bahan yang tercatat atau terekam yang digunakan sebagai patokan untuk menguji sewaktu diadakan analisis dan penafsiran data. Jika alat elektronik tidak tersedia cara lain sebagai pembanding kritik masih bisa digunakan. Misal : ada informasi yang tidak direncanakan, kemudian disimpan sewaktu mengadakan pengujian, informasi demikian lalu dapat dimanfaatkan untuk keperluan itu.[39]

---

[38] Lexy J Moleong, hal 175-178

[39] Nasution. *Metode Research Penelitian Ilmiah*. (Bandung : Bumi Aksara, 1996),hal. 99

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Setting Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Nahdlatul Ulama

Nahdlatul Ulama didirikan oleh para ulama di kota Surabaya pada tanggal 16 Rajab 1344 H/ 31 Januari 1926 M. Rais Akbar dijabat oleh Hadratusy Syeikh KH. M. Hasyim Asy'ari, Katib Aam KH. Abdul Wahab Hasbullah, Ketua Umum Tanfidziyah H. Hasan Gipo dan Sekjen M Shidiq Judodiwirjo. Latar belakang berdirinya NU berkaitan dengan perkembangan pemikiran keagamaan dan politik dunia Islam kala itu. Pada saat Syarif Husein, Raja Hijaz (Makkah) yang berfaham Sunni ditaklukkan oleh Abdul Aziz bin Saud yang beraliran Wahabi. Tersebarlah berita penguasa baru itu akan melarang semua bentuk amaliah keagamaan yang menggunakan sistem bermadzhab di seluruh wilayah kekuasaannya. Lebih dari itu, untuk mengambil komando kekuasaan umat di seluruh dunia, Ibnu Saud berencana menggelar Muktamar Khilafah di Makkah sebagai penerus Daulah Islamiyah yang terputus di Turki.

Seluruh negara Islam di dunia akan diundang untuk menghadiri muktamar tersebut, termasuk Indonesia. Awalnya, utusan yang direkomendasikan adalah HOS Tjokroaminoto (SI), KH Mas Mansur (Muhammadiyah) dan KH Abdul Wahab Hasbullah (pesantren). Namun dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

alasan KH Abdul Wahab Hasbullah tidak mewakili organisasi resmi, maka namanya dicoret dari daftar calon utusan.

Peristiwa itu menyadarkan para ulama pengasuh pesantren akan pentingnya sebuah organisasi resmi. Sekaligus menyisakan sakit hati yang mendalam, karena tidak ada lagi yang bisa dititipi sikap keberatan akan rencana Raja Ibnu Saud. Para ulama pesantren sangat tidak bisa menerima kebijakan raja yang anti kebebebasan bermadzhab, anti maulid nabi, anti ziarah makam, dsb. Bahkan makam Nabi Muhammad S.A.W. dan beberapa Sahabat utama berencana akan digusur.

Bagi para kiai pesantren di Indonesia, pembaruan adalah suatu keharusan. KH. M. Hasyim Asy'ari yang juga pernah bermukim di Makkah beberapa tahun, tidak mempersoalkan dan bisa menerima gagasan para kaum modernis untuk menghimbau umat Islam kembali pada ajaran Islam 'murni'. Namun Kiai Hasyim tidak bisa menerima pemikiran mereka yang meminta umat Islam melepaskan diri dari sistem bermadzhab. Bagi Kiai Hasyim, umat Islam tidak bisa lepas dari madzhab sebagai "tangga" menuju kesempurnaan Islam.

Lebih dari itu, karena ide pembaruan dari mereka dilakukan dengan cara melecehkan, merendahkan dan membodoh-bodohkan kelompok lain, maka para ulama pesantren menolaknya. Bagi para ulama pesantren, pembaruan dalam Islam tetap dibutuhkan, namun tidak dengan meninggalkan khazanah keilmuan yang sudah ada dan masih relevan. Para ulama pesantren tidak putus asa ketika calon utusan yang direkomendasikan dicoret begitu saja. Mereka berkumpul di

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Surabaya untuk membahas teknis penyampaian pesan keberatan mereka kepada Raja Ibnu Saud. Diutuslah tiga orang untuk menghadap Raja di Makkah. Mereka adalah Syeikh Ghonaim Al-Misri, KH Abdul Wahab Hasbullah dan KH Dahlan Abdul Qohar. Pengiriman utusan itu dinamakan Komite Hijaz. Ketiganya diutus untuk menghadap dan menyampaikan langsung pesan para ulama kepada Raja. Misi berhasil. Mereka diterima oleh Raja dan sikap keberatan para ulama diperhatikan. Seluruh umat Islam diperbolehkan beramaliah sesuai dengan keyakinannya, ajaran bermadzhab tidak dilarang, dan makam-makam bersejarah tidak jadi dihancurkan.

Di sisI lain, para calon utusan dari Indonesia yang didominasi penganut "Wahabi" Saudi Arabia malah gagal berangkat. Muktamar Khilafah juga tidak jadi dilaksanakan. Sepulang para utusan dari Makkah, para ulama pesantren semakin menyadari pentingnya organisasi resmi yang memayungi mereka. Pengalaman dicoretnya nama KH Abdul Wahab Hasbullah dari daftar calon utusan ke Makkah adalah pelajaran yang sangat berharga. Untuk itulah mereka bersepakat untuk mendirikan sebuah organisasi bernama Nahdlatul Ulama, disingkat NU. Pendiri resminya adalah Hadratusy Syeikh KH. M. Hasyim Asy'ari, pengasuh Pondok Pesantren Tebuireng, Jombang. Sedangkan yang bertindak sebagai arsitek dan motor penggerak adalah KH Abdul Wahab Hasbullah, pengasuh Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas, Jombang. Kiai Wahab adalah salah seorang murid utama Kiai Hasyim. Ia lincah, enerjik dan berwawasan luas.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Tujuan

Secara garis besar, didirikannya Nahdlatul Ulama memiliki tujuan:

- Memelihara, melestarikan, mengembangkan dan mengamalkan ajaran Islam Ahlussunnah Waljamaah yang menganut pola madzhab empat, yaitu Imam Hanafi, Imam Maliki, Imam Syafi'i dan Imam Hambali.
- Mempersatukan langkah para ulama dan pengikut-pengikutnya.
- Melakukan kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan kemaslahatan masyarakat, kemajuan bangsa dan ketinggian harkat serta martabat manusia.

2) Usaha

Untuk mewujudkan tujuan sebagaimana diatas, maka NU melaksanakan usaha-usaha sebagaimana berikut:

a. Di bidang agama, mengupayakan terlaksananya ajaran Islam yang menganut faham Ahlussunnah wal Jamaah dan menurut salah satu Madzhab Empat dalam masyarakat dengan melaksanakan dakwah Islamiyah dan *amar ma'ruf nahi munkar*.

b. Di bidang pendidikan, pengajaran dan kebudayaan mengupayakan terwujudnya penyelenggaraan pendidikan dan pengajaran serta pengembangan kebudayaan yang sesuai dengan ajaran Islam untuk membina umat agar menjadi muslim yang taqwa, berbudi luhur, berpengetahuan luas dan terampil, serta berguna bagi agama, bangsa dan negara.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Di bidang sosial, mengupayakan terwujudnya kesejahteraan lahir dan batin bagi rakyat Indonesia.
d. Di bidang ekonomi, mengupayakan terwujudnya pembangunan ekonomi untuk pemerataan kesempatan berusaha dan menikmati hasil-hasil pembangunan, dengan mengutamakan tumbuh dan berkembangnya ekonomi kerakyatan.
e. Mengembangkan usaha-usaha lain yang bermanfaat bagi masyarakat banyak guna terwujudnya *Khaira Ummah*.

Sejarah PWNU Jatim

Satu keistimewaan, sekaligus merupakan kelebihan yang dimiliki oleh Nahdlatul Ulama Jawa Timur dan tidak akan mungkin bisa dimiliki oleh pengurus NU Wilayah yang lainnya adalah, di Jawa Timur (Surabaya) merupakan tempat lahirnya Jam'iyah Nahdlatul Ulama, yang sampai saat ini merupakan salah satu organisasi keagamaan terbesar dan tertua di Indonesia. Meskipun kepengurusan besar NU kini telah berpindah ke Ibukota Jakarta, namun NU Jawa Timurlah yang sering menjadi rujukan dan sekaligus jujukan (tempat singgah awal) para tamu dari luar Jawa Timur dan, atau luar negeri. Dari internal maupun eksternal NU.

Almukarram KH. Abd. Wahab Hasbullah dari Surabaya (asal Jombang) sebagai pencetus ide; Hadratusy Syeikh KH. M. Hasyim Asy'ari dari Tebuireng, Jombang sebagai pemegang kunci; dan Syaikhona KH. M. Cholil Bangkalan sebagai penentu berdirinya Jam'iyah Nahdlatul Ulama. Ketiganya berasal dari Jawa Timur. Susunan Pengurus Besar Nahdlatul Ulama yang pertama tahun 1926

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebanyak 19 ulama terkemuka, hanya lima yang tidak berasal dari Jawa Timur. Dari 10 orang pengurus Tanfidziyah, hanya satu yang tidak berasal dari Jawa Timur. Seluruh susunan pengurus Syuriah dan Tanfidziyah tetap didominasi oleh tokoh-tokoh dari Jawa Timur.[40]

2. Visi dan Misi NU Jawa Timur

1) Visi

Terwujudnya sebuah organisasi sosial keagamaan yang kokoh dan memiliki kemampuan yang tinggi dalam melaksanakan tugas dan fungsi jam'iyah dengan bersikap moderat dan penuh kreativitas dalam merespon persoalan-persoalan agama, masyarakat dan berdasarkan Islam Ahlussunnah Waljamaah.

2) Misi

- Melakukan konsolidasi dan mengembangkan manajemen organisasi serta membangun jaringan kerja (Networking) yang kokoh dan professional.
- Meningkatkan peran-peran sosial keagamaan berupa gagasan dan respon terhadap persoalan agama, masyarakat dan bangsa.
- Melakukan pemberdayaan masyarakat dalam bidang da'wah, sosial, pendidikan, ekonomi, politik, kesehatan dan teknologi.

[40] http://www.nujatim.co.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Public Relation (PR) PWNU Jatim

Public Relation PWNU Jatim merupakan wahana komunikasi ke dalam dan keluar. Public Relation mempunyai tugas utama menggiring persepsi dan opini publik terhadap PWNU Jatim untuk memperoleh *institution image* dan *personal image* yang baik.

Sedangkan Fungsi Public Relation PWNU Jatim adalah :

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam pencapaian tujuan PWNU JATIM.
2. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai publik, baik hubungan ke dalam maupun hubungan ke luar untuk meningkatkan efektivitas kerja PWNU Jatim secara maksimal.

Dalam menjalankan tugasnya, unit Public Relation menjalankan fungsi *Communication Management* dalam PWNU Jatim, yang bertujuan membentuk *goodwill, tolerance, mutual understanding* dan *mutual appreciation* serta untuk memperoleh opini publik yang *favorable* terhadap PWNU Jatim, baik dalam kalangan internal maupun eksternal.

Agar tujuan fungsi *communication management* ini tercapai, maka Unit Public Relation secara profesional bertindak sebagai jembatan yang membangun hubungan antara PWNU Jatim dengan publiknya dalam jangka panjang dengan berdasar pada paradigma komunikasi dua arah (*listening and speaking*).

Di samping itu, Unit Public Relation secara profesional membantu *stakeholders* eksternal untuk lebih memahami PWNU Jatim. Dalam menjalankan fungsi ini secara ideal, Unit Public Relation bertanggung jawab

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

secara langsung kepada Ketua Tanfidziah PWNU Jatim, dengan tugas-tugas antara lain :

- Menciptakan komunikasi dua arah [timbal balik] dengan menyebarkan informasi dari PWNU Jatim kepada publik, sebaliknya juga menyalurkan opini publik pada segenap pengurus PWNU Jatim.
- Menyusun *Public Relation [PR] Strategy and PR Campaign* yang menunjang pencapaian tujuan PWNU Jatim secara keseluruhan.
- Membuat penelitian dan penafsiran bagi kepentingan PWNU Jatim terkait dengan pencapaian tujuan citra baik PWNU Jatim, yang mencakup kegiatan *organizational-intelligence gathering* dan *environmental scanning* dalam strategi Public Relation.
- Memberi masukan dan laporan secara reguler pada pimpinan PWNU Jatim mengenai semua perkembangan luar maupun dalam yang mempengaruhi hubungan PWNU Jatim dengan masyarakat.
- Mengkoordinasikan penyebaran informasi tentang PWNU Jatim baik kepada stakeholders internal maupun eksternal dalam upaya pembentukan citra positif PWNU Jatim. Termasuk di dalamnya mendokumentasikan seluruh aktivitas PWNU Jatim dalam bentuk foto dan video.
- Mengkoordinasikan semua kegiatan PWNU Jatim yang berhubungan dengan pers, kegiatan pelayanan informasi media, pendistribusian materi berita PWNU Jatim, termasuk memonitor, merekapitulasi dan mengevaluasi berita PWNU Jatim dalam *coverage* media massa (TV, radio, surat kabar, majalah dan tabloid).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Mengkoordinasikan penyebaran dan layanan informasi studi yang ada di lingkungan PWNU Jatim.

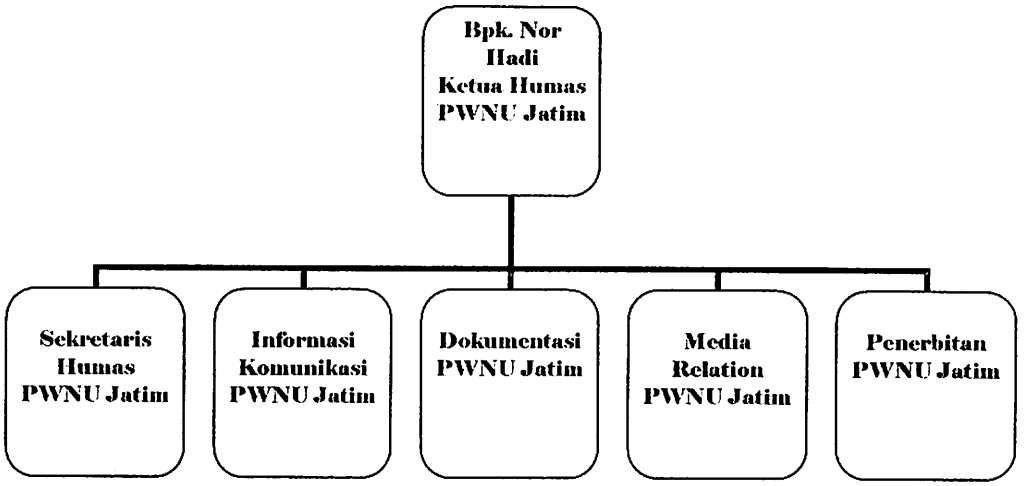
Unit Public Relation menerbitkan media komunikasi bagi internal dan Eksternal PWNU Jatim. Media komunikasi tersebut adalah : Kabar 9 NU, terbit tiga kali dalam setahun. Fungsi dari Tabloid ini secara umum adalah untuk mendukung visi PWNU Jatim, serta menginformasikan perkembangan aktivitas PWNU Jatim. Selain itu Tabloid Kabar 9 NU ini juga berfungsi sebagai sarana komunikasi dan informasi bagi masyarakat di luar PWNU Jatim.

Webside diperlukan untuk bisa diakses setiap saat oleh masyarakat, dimana keberadaan *website* ini emuat setiap informasi yang ada dan terjadi di wilayah PWNU Jatim.

4. Struktur HUMAS PWNU Jatim

Pada kenyataannya, anggota Humas PWNU Jatim belum terstruktur dengan jelas, mengingat keberadaan Humas yang tergolong baru dalam lingkungan PWNU Jatim. Struktur Humas PWNU Jatim memang sudah ada, namun anggotanya masih belum tetap. Disini Bapak Nor Hadi masih mengajak teman-teman mahasiswa magang untuk membantunya. Sehingga selain struktur anggota Humas belum terbentuk secara tetap keberadaannya juga masih belum formal.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Dari bagan struktur HUMAS PWNU Jatim diatas, Bapak Nor Hadi menjelaskan bahwa terdapat uraian tugas, tanggung jawab dan wewenang atas masing-masing bagian, yaitu :

a) Penaggung Jawab Unit Public Relation

Bertanggung jawab penuh atas tugas-tugas ke-PRan langsung kepada Ketua PWNU Jatim.

b) Sekretariat Public Relation

Menangani kesekretariatan, memberikan izin pemasangan dan pelepasan poster dan spanduk di lingkungan PWNU Jatim.

c) Informasi Komunikasi

Mengkoordinasikan penyebaran dan layanan informasi yang ada di PWNU Jatim. Menyusun *promotion and marketing strategy.*

d) Dokumentasi

Mendokumentasikan seluruh aktivitas PWNU Jatim dalam bentuk foto dan video.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e) Hubungan Media Massa

Mengkoordinasikan strategi dalam pembentukan opini publik terhadap PWNU Jatim melalui media massa, mengkoordinasikan seluruh kegiatan PWNU Jatim yang berhubungan dengan pers, mendistribusikan materi berita PWNU Jatim ke media massa, serta memonitor, merekapitulasi dan mengevaluasi berita PWNU Jatim dalam *coverage* media massa.

f) Penerbitan

Menerbitkan PWNU Jatim *Magazine*, buku dan Webside PWNU Jatim.

B. Penyajian Data

1. Peranan Humas PWNU Jatim dalam Membangun Citra

Pada kesempatan program mata kuliah magang, penulis sempat menjadi bagian dari humas PWNU Jatim selama kurang lebih tiga bulan lamanya. Disana penulis bertugas menjadi receptionist, yang mengontrol segala macam sirkulasi yang terjadi di kantor PWNU Jatim, baik itu telephone, telegraph, tamu maupun surat, paket dan wesel.

> "Dulu sebelum adanya Humas di PWNU, semua ini menjadi tugas kesekretariatan. Karena keberadaannya masih baru dan belum adanya struktur anggota yang jelas jadi kami saling membantu."[41]

[41] Hasil wawancara dengan Ibu Nurul. Tanggal 24 Juni 2009

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selama berada disana penulis selalu memperhatikan setiap perubahan yang terjadi. Menurut informasi yang penulis dapatkan ternyata keberadaan humas dilingkungan PWNU Jatim ternyata masih baru. Bapak H. Mashudi Mochtar menemui pak Norhadi, dan memintanya menjadi humas di PW baru awal November tahun lalu, 2008.

> "Saya bertemu dengan Cak Nur ini dikenalkan oleh teman saya, ya memang secara tidak sengaja bertemu. Tapi meskipun baru bertemu pertama kali saya merasa klop dengan Cak Nur, saya kok yakin kalau Cak Nur itu mampu. Jadi ya langsung saya suruh datang ke PW dan mulailah kerja Humas PWNU Jatim ini pada bulan November tahun 2008 karena sebelumnya memang PW tidak mempunyai Humas."[42]

Bila disimak dari latar belakang pendidikannya Bapak Norhadi adalah seseorang yang benar-benar berjiwa PR. Hal ini dapat dilihat tidak hanya dari titel yang disandangnya, yaitu M.M. (Magister Management), tetapi juga riwayat pekerjaannya. Beliau pernah menjabat sebagai Kepala Humas STIE Perbanas, Kepala Humas Universitas Narotama 2003-2008, Kepala Bidang Komunikasi Universitas Wijaya Putra 2007, Staf Direksi Bidang Komunikasi Rumah Sakit Onkologi Surabaya 2009, PR dan Marketing YARSIS (Yayasan Rumah Sakit Islam Surabaya) 2009, dan Direktur ARA Media – Media Consult 2009. Dengan jiwa PR yang dimilikinya, H. Mashudi Mochtar, selaku Sekretaris PWNU Jatim yakin beliau mampu menciptakan inovasi-inovasi baru bagi PWNU Jatim kedepannya sekaligus mengembalikan citra PWNU Jatim di mata warga Nahdliyin yang selama ini telah beranggapan bahwa PWNU Jatim beserta para Kiainya sudah tercemar oleh politik praktis.

---

[42] Hasil wawancara dengan Bapak H. Mashudi Mochtar. Tanggal 18 Juni 2008

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Setiap kali diadakan *brefing* antara kepala humas dengan para mahasiswa magang, pak Norhadi selalu mengajak kami untuk selalu mempelajari PR dengan mengkaji dari buku-buku seperti *I Love to Organize*, *Public Relation dalam Organisasi*, dan buku-buku PR lainnya. Untuk menerapkan cara berpikir PR seperti apa yang dijelaskan dalam buku *Public Relation dalam Organisasi*. Cara berpikir PR adalah aktif dan kreatif, berani berinisiatif tanpa takut resiko, dan pada akhirnya sampai menemukan sesuatu yang baru, hal ini sesuai dengan tugas PR :

a. Menciptakan yang belum ada

b. Mengembangkan yang sudah ada

c. Membuat maju dan mampu bersaing yang sudah berkembang[42]

Cara berpikir PR artinya berani mengadakan perubahan untuk berkembang.

> "Bahwa organisasi yang berani mengadakan perubahan, merekalah yang mampu berkembang. Namun menciptakan suatu perubahan adalah hal yang sulit dibandingkan dengan menjalankan rutinas yang sudah ada."[43]

Pada lembaga organisasi seperti PWNU Jatim, dimana segala sesuatunya haruslah menurut pada "apa kata Kiai". Setiap perubahan atau keberadaan hal-hal baru, apabila ada Kiai yang tidak menyetujuinya maka rasa segan untuk melanggarnya sangat besar terasa. Sehingga pada awalnya menerapkan cara berpikir PR, dengan melakukan perubahan sangat sulit terealisasi. "Segala hal haruslah memikirkan manfaat dan mudharatnya." begitu kata Kiai Miftachul Akhyar.

---

[42] Bambang Herimanto, Sr. M. Asumpta Rumanti dan Indrojiono, *Public Relation dalam Organisasi*, (Yogyakarta; Santusta, 2007) hal.161

[43] Hasil wawancara dengan kepala Humas PWNU Jatim, Bapak. Nor Hadi. Tanggal 24 Juni 2009

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Namun komunikasi pesuasif dan pendekatan interpersonal yang efektif mampu mengatasi semua permasalahan itu. Terbukti dengan strategi pendekatan interpersonal dan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh kepala humas PWNU Jatim, akhirnya berhasil mengubah wajah kantor PWNU Jatim yang dulunya biasa menjadi lebih menarik dengan *background* tokoh-tokoh Kiai pembesar PWNU Jatim, antara lain Ketua Tanfidz, KH. M. Hasan Mutawakkil Alallah, KH. Miftachul Akhyar, KH. Mashudi Mochtar, KH. Syafruddin Syarif, KH. Hasyim Asyari, dan KH. Wahab Hasbullah lengkap beserta visi-misi PWNU Jatim yang diletakkan di bagian front office. Sehingga setiap memasuki kantor yang berwarna hijau itu pandnagan mata pasti akan tertarik untuk melihat semua yang terpampang di dinding setinggi empat meter itu. Selain itu jam kerja, yang biasanya dimulai pukul 11.00 WIB kini berubah menjadi 09.00 WIB. Dengan perubahan jam masuk kerja itu diharapkan masyarakat yang mempunyai keperluan untuk menemui pengurus yang biasanya datang di pagi hari, dan harus menunggu berjam-jam lamanya kini tidak akan terlantar lagi.

Dalam menciptakan perubahan memang dimulai dari membenahi penampilan terlebih dahulu. Melalui perubahan-perubahan kecil itu diharapkan mampu mengembalikan citra yang positif kepada masyarakat. Dulunya kantor PWNU Jatim yang terletak di Jl. Masjid Al-Akbar Timur no. 99 itu terkesan tidak terkoordinir dengan baik, karena setiap orang bisa dengan mudah keluar masuk kantor. Selain itu kesan pertama ketika memasuki kantor ini bisa dibilang jauh dari menarik. Ketika kita membuka pintu utama kantor

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang terlihat hanya ruangan lobi yang kosong dengan kursi yang tertata memanjang, dan deretan koran di pojok kanan ruangan. Memang sudah ada yang bertugas menjaga dibagian front office tersebut, namun kerap kali ditinggal. Sehingga apabila ada tamu, mereka selalu bingung harus kemana, dan bertanya pada siapa.

Hal sepele memang, namun itu jualah yang membentuk opini publik terhadap PWNU Jatim, baik mengenai wajah (kantor) maupun pelayanan yang diberikan yang akhirnya dapat menciptakan sebuah pencitraan dalam benak masyarakat. Program pengembangan humas harus proaktif dan mampu mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi dengan cepat, baik di bidang teknologi, informasi, ekonomi, hukum maupun politik internasional dan nasional. Tujuan sentral humas yang hendak dicapai secara strategis, tidak hanya berfungsi sebagai "peta" yang menunjukkan arah, melainkan juga menunjukkan "bagaimana" operasional konsep dan strategi komunikasinya. Strategi dalam komunikasi humas merupakan perpaduan antara *communication planning* (perencanaan komunikasi) dan *management communication* (komunikasi manajemen).

Membangun Citra yang positif (*Positif Image Building*) bukanlah masalah yang sederhana, ini adalah pekerjaan besar, dengan masalah kompleks dan rumit serta melibatkan institusi-institusi di dalam PWNU Jatim, maupun institusi lainnya. Karena itu setiap institusi juga akan mempengaruhi citra secara keseluruhan. Sehingga setiap institusi wajib berupaya membangun citra positif institusinya masing-masing.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tugas dan fungsi utama public relations (PR) atau pejabat humas, tidak terlepas dari bidang penyebaran pesan, informasi, dan komunikasi mengenai kegiatan organisasi atau lembaga yang diwakilinya untuk disampaikan kepada komunikan (publik) sebagai sasaran atau targetnya. Di pihak lain, dengan teknik dan strategi humas tertentu, pejabat humas dapat merekayasa opini publik sehubungan dengan keinginan-keinginan dan tujuan utama dalam menciptakan citra dan reputasi positif. PR adalah fungsi yang melekat dan tidak terlepas dari manajemen suatu organisasi. Tujuannya adalah membentuk *goodwill* (itikad baik), *tolerance* (toleransi), *mutual simbyosis* (saling kerja sama), *mutual confidence* (saling memercayai), *mutual understanding* (saling pengertian), *mutual appreciation* (saling menghargai), serta untuk memperoleh opini publik yang menguntungkan, citra dan reputasi positif berdasarkan prinsip-prinsip hubungan harmonis, baik hubungan ke dalam maupun ke luar.

Tujuan sentral PR adalah mengacu kepada kepentingan pencapaian sasaran (target) atau tujuan untuk menciptakan suatu citra dan reputasi postitif suatu lembaga. Pembentukan, pemeliharaan dan peningkatan citra dan reputasi positif harus didukung kebijakan dan komitmen pimpinan puncak. Kemampuan berkomunikasi, baik melalui lisan maupun tulisan adalah salah satu penyampaian pesan, ide, dan gagasan program kerja, dan sekaligus membentuk opini atau menguasai pendapat umum sesuai dengan yang diinginkan komunikator.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedemikian penting dan strategisnya peran Humas dalam membangun citra positif sehingga diperlukan pemberdayaan kehumasan, yang paling tidak meliputi :

1) Pemberdayaan Kelembagaan. Artinya Lembaga Kehumasan sebaiknya di tempatkan pada posisi yang dekat dengan pimpinan, atau paling tidak mudah mengakses pimpinan. Sehingga setiap kebijakan dapat di sosialisasikan secara cepat dan tepat, dan sekaligus respon atau tanggapan masyarakat dapat secepatnya pula sampai pada pimpinan. Kesan Humas hanya tempat buangan bagi pejabat-pejabat yang tidak disukai, dan hanya mengerjakan yang remeh-remeh seperti kliping koran, membuat *press release*, pertemuan dengan wartawan, harus dihilangkan. Kelembagaan Humas harus ditempatkan secara proporsional, dan bijak.

   Di PWNU Jatim, meski masih baru, pemberdayaan lembaga humas telah berjalan. Hal ini dapat dilihat dari kedekatannya dengan para pimpinan, baik Ketua Tanfidz KH. Moch. Hasan Mutawakkil Alallah, Ro'is Syuri'ah KH Miftachul Akhyar dan Sekretaris PWNU Jatim H. Mashudi Mochtar. Terbukti dalam setiap kegiatan yang melibatkan aktivitas PWNU Jatim, para pimpinan selalu berkomunikasi terlebih dahulu dengan kepala humas, baik mengenai hal-hal apa saja yang akan dibicarakan dan disampaikan ketika akan berbicara di depan audience maupun lainnya.

2) Pemberdayaan Substansi. Artinya Humas harus memiliki kemampuan dan ketrampilan dalam memproduksi layanan informasi yang berkualitas. Kesan Humas hanya sebagai "juru bantah" atau "pembersih" yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bertugas membersihkan kesan negatif, atau hanya sebagai tameng (*buffer*) bila institusi menghadapi masalah harus dihilangkan. Apalagi gambaran Humas sebagai juru propaganda yang memanipulasi informasi, melakukan kebohongan publik, benar-benar harus dijauhkan. Humas harus tampil elegan dengan produk-produk layanan publik yang kredibel, transparan, dan akuntabel : baik layanan yang bersifat stationary, operasional, maupun layanan melalui dunia maya (*cyber space*).

Humas PWNU Jatim telah memiliki kemampuan dan ketrampilan dalam memproduksi layanan informasi. Hal ini dapat kita lihat dari diterbitkannya tabloid "Kabar 9 NU" dan alamat *web* www.nujatim.co.id yang telah bisa diakses oleh para warga Nahdliyin kapan saja. Dengan begitu masyarakat diharapkan dapat mencari sendiri segala informasi yang berkaitan dengan aktivitas PWNU Jatim, dengan begitu adanya manipulasi oleh humas dapat terminimalisir.

3) Pemberdayaan SDM. Untuk dapat tampil dengan kredibel, tentu Humas memerlukan dukungan pekerja yang professional, yang mampu mengelola informasi dengan baik dan melakukan berbagai strategi komunikasi yang efektif. Seorang praktisi Kehumasan dapat dikatakan profesional kalau dia mecintai bidang kehumasan, disamping memiliki pengetahuan khusus atau keahlian di bidang kehumasan. Untuk mencintai bidang kehumasan tentu tidak terlalu sulit dilakukan; tetapi untuk mencapai keahlian diperlukan proses belajar yang terus menerus karena ilmu pengetahuan dan teknologi yang dipergunakan oleh kehumasan juga terus berkembang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Pemberdayaan Sarana dan Prasarana. Kalau Humas secara kelembagaan telah ditempatkan secara proporsional, praktisi kehumasannya juga sudah cukup professional, dan juga sudah memiliki kemampuan dan ketrampilan memproduksi layanan informasi yang berkualitas; semua itu belum maksimal kalau belum didukung dengan sarana dan prasarana kerja yang mamadai.

Karena itu pemberdayaan sarana dan prasarana kerja diperlukan. Tentu masing-masing institusi akan mengadakan sarana prasarana kerja kehumasan sesuai dengan keperluan dan kemampuan masing-masing institusi; tapi justru disitulah kata kuncinya Artinya, bukan sarana dan prasarana kerja yang mewah dan serba komplit yang diperlukan, tetapi sarana dan prasarana kerja yang berdaya guna dan tepat guna. Buat apa membuka situs di *Website*, kalau tidak bisa meng*update*nya secara kontinue.

Citra PWNU Jatim yang positif itu akan terbangun bila setiap Satuan / Unit Kerja mampu membangun kepercayaan masyarakat (*trust building*) terlebih dahulu. Membangun kepercayaan itu tentu bukan hanya dengan kata, slogan atau jargon yang muluk-muluk. Tetapi untuk membangun kepercayaan, setiap satuan kerja harus mampu memenuhi tuntutan reformasi melalui kinerja yang professional, transparan dan akuntabel.

Kepercayaan masyarakat terhadap PWNU Jatim yang merosot tajam pada masa lalu ditandai dengan ikutnya kedalam dunia politik praktis tetapi tidak terkontrol. PWNU Jatim mendapat kesempatan revalidasi dan mengadakan restrukturisasi dengan pergantian pemimpin. *Change*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Management merupakan titik tolak perubahan yang dilakukan, pengadaan, perbaikan, penyempurnaan baik SDM maupun Infrastruktur termasuk juga akan ditingkatkannya pelayanan terhadap ummat.

Bangkitnya kepercayaan masyarakat tersebut terlihat dengan begitu tingginya ekspektasi masyarakat terhadap PWNU Jatim baru, merupakan momen yang sangat penting untuk membangun citra yang positif.

> "Kegiatan terahir dalam rangka kerjasama adalah dilaksanakannya kegiatan penandatangan Kesepakatan Bersama (MoU) antara PWNU Jatim dengan Bank pemerintah, tentang peminjaman uang untuk modal ummat. Disamping itu juga konsolidasi turba di tujuh karesidenan dengan PCNU se-Jatim telah dilakukan agar terjadi komando yang baik buat NU".[44]

Dengan terbangunnya citra PWNU Jatim yang positif, kita dapat mengharapkan bangkitnya '*participatory development*' dari masyarakat dalam pelaksanaan program-program PWNU Jatim dalam membangun Bangsa dan Negara terutama dalam mewujudkan bangsa yang berakhlakul karimah yang berdasarkan islam ahlussunnah wal jamaah.

Memperhatikan perkembangan situasi dewasa ini maka secara teoritis Humas harus berada pada level atas, atau setidak-tidaknya memiliki akses langsung kepada top pimpinan Disamping itu top pimpinan perlu memiliki aspresiasi yang tinggi terhadap tugas dan fungsi Humas, sehingga dapat memberikan keleluasaan bagi pejabat humas untuk mengetahui latar belakang setiap kebijakan yang dikeluarkan instansinya untuk di sosialisasikan kepada masyarakat. Dalam perkembangan dan pelaksanaan tentu PWNU Jatim tidak

---

[44] Hasil wawancara dengan Bapak Nor Hadi, Kepala humas PWNU Jatim, tgl 24 Juni 2009

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dapat bergerak sendiri, bergerak bersama dengan institusi pemerintah lainnya berupaya menggalang semua potensi dan sumber daya yang ada di masyarakat untuk mencari solusi dan cara yang paling tepat untuk diaplikasikan.

Dalam rangka mensukseskan program kerja PWNU Jatim , dan juga dalam mengembangkan prakarsa dan peran aktif masyarakat dalam menunjang program PWNU Jatim itulah Hubungan Masyarakat/Publick Relations yang ada memegang peranan yang penting dan strategis. Oleh karena itu humas seharusnya di garda terdepan dalam membangun *image*.

1) Secara structural, Biro Humas PWNU Jatim memiliki rumusan fungsi sebagai berikut :
   a. Pelaksanaan urusan penyiapan perencanaan dan pengkoordinasian kegiatan penerangan dan publikasi, hubungan masyarakat dan hubungan dengan lembaga lain.
   b. Pelaksanaan urusan penyiapan perencanaan pelaksanaan kegiatan protokol pimpinan serta dokumentasi.
   c. Pelaksanaan urusan pengelolaan informasi

Dalam rangka meningkatkan dan memberikan pelayanan informasi terbaik tentang kebijakan Pimpinan, Humas senantiasa memerlukan tenaga pengelola yang handal, memiliki wawasan yang luas dan kemampuan teknis yang memenuhi persyaratan. Sehingga dengan demikian pengelola kehumasan mampu merespon masalah yang ada dengan obyektif dan optimal.

Menyikapi validasi dan restrukturisasi PWNU Jatim serta perubahan paradigmatik di bidang komunikasi dan informasi yang membawa implikasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

luas bagi Humas, maka Humas PWNU Jatim dituntut untuk melakukan *reposisioning* peran, tugas dan tanggung jawabnya yang merupakan paradigma baru meliputi berbagai hal, baik itu perannya yang tidak hanya sebagi *image building institusions* akan tetapi lebih dari itu, yaitu mensosialisasikan setiap kebijakan secara langsung kepada masyarakat melalui berbagai media sarana dan prasarana yang ada, serta mengembalikan image Humas itu sendiri sebagi juru bicara yang terpercaya.

Humas tampil lebih elegan dengan produk-produk layanan publik baik yang bersifat stationari, operasional maupun layanan melalui dunia cyber space / maya (Situs PWNU Jatim) dengan berpegang pada prinsip sebagai berikut :

1) Prinsip-prinsip Kehumasan (*Good Corporate Govermance*)
   a. *Transparansi*
   b. *Accountability*
   c. *Responsibility*
   d. *Fairness*
2) Strategi Kehumasan
   a. Perencanaan pencitraan.
   b. Sasaran/Target, menyesuaikan dengan kegiatan PWNU Jatim.
   c. *Mind Setting*, membentuk kesamaan Pola Berfikir dan Pola Bertindak seluruh Pimpinan dan Pihak berkepentingan terhadap objektif dan kegiatan PWNU Jatim.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. *Stakeholder* Fokus, menjaga keterbukaan dan kelancaran Informasi untuk pihak yang berkepentingan.
e. *Stakeholder* Fokus, membina hubungan baik dengan pihak-pihak yang berkepentingan.
f. Humas secara kelembagaan ditempatkan dengan proporsional, praktisi kehumasannya juga sudah cukup professional, dan juga memiliki kemampuan serta ketrampilan memproduksi layanan informasi.

Peranan Humas sebagai penunjang tercapainya keberhasilan program dan kebijakan PWNU Jatim melalui berbagai kegiatan komunikasi sesuai dengan tugas dan fungsinya. Sebagai sumber informasi, peranan kehumasan mengemas dan mengeluarkan informasi kepada masyarakat berupa menyampaikan program dan kebijakan, hasil dan serta perkembangan kegiatan. Sebagai wahana komunikasi, menumbuhkan komunikasi dua arah antara PWNU Jatim dan masyarakat, serta citra PWNU Jatim yaitu pembinaan dan peningkatan hubungan yang harmonis dengan stakeholder untuk membangun citra yang positif.

Peranan Humas menjadi penting mengingat citra PWNU Jatim juga ditentukan oleh fungsi kehumasan dalam menjalankan fungsi dan tugas-tugasnya. Selain itu, melalui tugas utamanya, Humas juga dituntut untuk mampu, menggugah dan mengembangkan kesadaran masyarakat agar turut berperan secara aktif terhadap pelaksanaan kebijakan PWNU Jatim. Dalam rangka memasyarakatkan dan menyebarluaskan informasi kebijakan yang telah, sedang, dan akan dilaksanakan, upaya yang ditempuh dalam kegiatan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan tugas-tugas kehumasan adalah melalui berbagai bentuk strategi pendekatan dengan memanfaatkan berbagai jenis saluran informasi dan komunikasi, yaitu media massa (Cetak; Koran / Majalah / Tabloid, TV, Radio, Internet), dan media tatap muka, yang kesemuanya merupakan upaya dan pelayanan informasi kepada masyarakat.

Mengingat pentingnya peran dan tugas yang diemban dalam penyebarluasan dan pelayanan informasi, Humas harus secara terus menerus meningkatkan hubungan kemitraan dan saling bersinergi dengan berbagai pihak dan unit kerja / institusi terkait (stakeholder), baik kedalam (internal) dengan unit utama / para deputi maupun keluar (eksternal) dengan media massa, lembaga negara, LSM, dan lembaga terkait lainnya. Semua aspek tersebut diatas, diharapkan dapat mencapai sasaran dan tujuan kegiatan Humas. Pemberdayaan Kehumasan bukan lagi pilihan tapi sudah menjadi keharusan Bahkan tanpa Humas yang professional, sulit rasanya kita membangun citra positif, baik untuk kelembagaan maupun untuk citra bangsa dan Negara.

Bidang humas sangat luas dan menyangkut hubungan dengan berbagai pihak. Humas bukan sekadar relations, meskipun personal relations mempunyai peranan yang sangat besar dalam kampanye humas, misalnya, humas juga bukan sekadar menjual senyum, propaganda dengan tujuan memperoleh kemenangan sendiri, atau mendekati pers dengan tujuan untuk memperoleh suatu pemberitaan. Lebih dari itu, humas mengandalkan strategi, yakni agar organisasi disukai oleh pihak-pihak yang berhubungan. Pihak yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berhubungan dengan organisasi ini dalam humas disebut stakeholders atau mereka yang mempertaruhkan hidupnya pada dan untuk organisasi. Mereka pun disebut target publik organisasi. Mereka semua membentuk opini di dalam masyarakat dan dapat mengangkat atau menjatuhkan citra dan reputasi organisasi.

Dalam kepengurusan PWNU Jatim, beberapa stakeholder seperti Ali Maschan Moesa, Khofifah Indar Parawansyah dan Gus Ipul yang beberapa waktu lalu saling bersaing memperebutkan jabatan Gubernur Jatim, sudah membuat warga nahdliyin menganggap NU telah tercemar oleh praktek politik praktis. Ditambah lagi dengan perdebatan sengit antara kubu Khofifah dengan Gus Ipul dalam sidang Majelis Konstitusi telah membentuk opini dalam benak masyarakat bahwa berkiprah dibidang politik itu negatif. Hal ini berdasarkan fenomena yang mereka tangkap dari pemberitaan yang menghiasi halaman depan berbagai surat kabar, dan menjadi perbincangan hangat di media elektronik baik TV maupun radio mengenai perseteruan mereka. Politik telah menyebabkan dua kader potensial itu saling bersitegang. Disini warga nahdliyin di bingungkan lagi harus memihak pada siapa.

Untuk memulihkan kembali citra PWNU Jatim di mata warga Nahdliyin, humas PWNU Jatim memiliki dua strategi, yaitu :

- Eksternal :

1. Membangun Hubungan dengan media melalui kunjungan ke media cetak dan elektronik,
2. mengadakan pertemuan pimpinan media,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. membangun komunikasi dengan media baik melalui milist, olahraga dan pertemuan
4. Memberikan pelatihan kepada stack holder NU tentang humas
5. Menyediakan Press Room

➢ Internal :

2. Konsolidasi dan Sosialisasi humas dengan Internal PWNU baik dengan Lembaga, Lajnah dan Banom (Badan Otonom)
3. Mengadakan Pelatihan humas kepada calon humas PCNU Se Jatim
4. Mengadakan Dsikusi humas untuk Pimpinan NU Jatim
5. Memberikan pemahaman humas kepada Pimpinan Lembaga, Lajnah, Banom

Humas memiliki fungsi strategi dalam manajemen, dalam melakukan komunikasi untuk menimbulkan pemahaman dan penerimaan publik. Karakteristik humas secara tersurat, yakni :

1) Humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik;
2) Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi;
3) Publik yang menjadi sasaran humas adalah publik internal dan eksternal;
4) Operasionalisasi humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dan publiknya dan mencegah terjadinya rintangan psikologi, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun dari pihak publik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Prinsip komunikasi dua arah dan timbal balik merupakan proses penyampaian suatu pesan seseorang atau kelompok (komunikator) untuk memberi tahu atau mengubah sikap, opini dan perilaku kepada perseorangan atau kelompok (komunikan), baik berhadapan langsung maupun tidak langsung, melalui media massa sebagai alat atau saluran penyampaian pesan untuk mencapai tujuan atau target dalam proses komunikasi dua arah yang hendak dicapai. Dalam hal ini Humas PWNU Jatim selain bekerja sama dengan media massa yang ada di Jawa Timur juga menerbitkan media sendiri, yaitu "Kabar 9 NU". Selain itu, PWNU jatim juga telah mempunyai situs yang dapat diakses warga Nahdliyin sewaktu-waktu. Dengan adanya situs warga Nahdliyin dapat memberikan komentar, dengan adanya situs NU Jatim ini komunikasi dua arah antara warga nahdliyin dengan para pengurus PWNU Jatim dapat terjadi.

Seorang pejabat humas dapat berkomunikasi dengan efektif dan tepat dalam penyampaian pesan kepada sasaran melalui empat syarat :

1) Pesan dibuat sedemikian rupa dan selalu menarik perhatian;
2) Pesan dirumuskan dan mencakup pengertian dan diimbangi dengan lambang-lambang yang dapat dipahami oleh publiknya;
3) Pesan menimbulkan kebutuhan pribadi komunikannya (penerima pesan); dan
4) Pesan merupakan kebutuhan yang dapat dipenuhi sesuai dengan situasi komunikan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Mengingat pula bahwa komunikasi adalah semua prosedur di mana pikiran seseorang mempengaruhi orang lain, juga fenomena komunikasi adalah serba ada dan serba luas dan serba makna,[45] selain mampu berkomunikasi secara efektif, seorang pejabat humas pun harus mampu menggunakan media secara efektif, baik itu media massa maupun media non-massa. Di mana aneka pesan melalui sejumlah media massa (koran, majalah, radio siaran, televisi, film dan media online/internet) selalu menerpa kehidupan manusia.[46]

Adapun program Humas PWNU Jatim dalam menjalankan perannya dengan jangka waktu satu semester ini, terhitung mulai Januari hingga Juni 2009 adalah :

a. Membangun hubungan dengan media
b. Membangun hubungan dengan internal PWNU Jatim
c. Workshop PR untuk Lembaga Banom
d. Workshop PR untuk PCNU
e. Mengusulkan Penerbitan buku Pakar NU
f. Mengusulkan adanya *Press Room*
g. *Open House* NU
h. Jalin silaturrahmi dengan partner NU
i. Pembentukan FORKOM Humas NU[47]

---

[45] Ardianto Q-Anees, 2007, hal. 17
[46] Ardianto Komala Erdinaya, 2004, hal. 1
[47] *Rencana Program Humas Pwnu Jatim Semester Satu* 2009

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Sejak adanya 'humas di PWNU Jatim kami merasa banyak sekali perubahan yang terjadi. Kini PWNU Jatim semakin berbenah agar bisa tampil lebih baik lagi di mata publik."[48]

Meski menciptakan perubahan di PWNU Jatim pada awalnya sulit untuk dilakukan, namun kini perubahan itu telah dapat dirasakan. Program-program Humas PWNU Jatim selama satu semester pertama tahun 2009 kini telah banyak yang terealisasi. Bahkan lembaga-lembaga Banom dan PCNU-PCNU di Jatim kini telah mulai memiliki Humas tersendiri. Karena disadari keberadaan Humas penting bagi kemajuan sebuah Organisasi.

C. Analisis Data

Data lapangan yang dihasilkan dari penelitian kualitatif ini berupa data-data yang bersifat deskriptif. Hal ini sangat perlu untuk mengetahui hasil yang telah di peroleh dalam penelitian dan digunakan sebagai pembanding antara hasil temuan penelitian di lapangan dengan teori yang berkaitan dengan pembahasan penelitian.

Sebagai konsekuensi, peneliti menggunakan penelitian kualitatif yang menggunakan teknik komparasi konstan. Sebagaimana yang telah penulis paparkan dalam bab III. Maksud dari analisis ini adalah membandingkan antara hasil temuan dengan kerangka teoritik yang digunakan. Karena temuan ataupun teori berasal dari kata-kata empiris, maka penelitian ilmiah ini akan dibandingkan dengan teori yang telah digeneralisasikan dengan tujuan untuk mendapatkan suatu kesimpulan yang relevan dengan maksud penelitian.

---

[48] Hasil wawancara dengan Ibu Hj. Maria Ulfa. Tanggal 24 Juni 2009

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari uraian penyajian data diatas penulis mencoba untuk menganalisis. Dari analisis tersebut penulis mendapatkan hasil temuan sebagai berikut :

Peranan Humas PWNU Jatim dalam Membangun Citra

Keberadaan humas di PWNU Jatim memang tergolong baru, namun dapat dirasakan peranannya sangat penting, dimana humas harus mampu melakukan komunikasi dua arah, yaitu kedalam dan keluar, dengan cara memperhatikan baik external public maupun internal public. External Public adalah public diluar institusi dimana Humas berada, sedang internal public adalah para pegawai atau karyawan yang ada dalam lingkungan kerja dimana Humas berada.

Dengan melakukan komunikasi dua arah diharapkan citra PWNU Jatim yang positif akan terbangun dengan catatan setiap Satuan / Unit Kerja mampu membangun kepercayaan masyarakat (*trust building*) terlebih dahulu. Membangun kepercayaan itu tentu bukan hanya dengan kata, slogan atau jargon. Tetapi harus mampu memenuhi tuntutan reformasi melalui kinerja yang professional, transparan dan akuntabel.

Humas PWNU Jatim memliki peranan penting dan telah mampu berperan sesuai dengan fungsinya. Hal ini dapat dilihat dari hasil kegiatan yang telah mampu dicapai dalam waktu yang relativ cepat, seperti diadakannya *Gathering Pers*, Konferensi Pers, Forum Silaturrahmi dengan media-media di Surabaya, PWNU Jatim Cup yang merupakan pertandingan badminton antara pengurus PWNU Jatim dengan rekan-rekan wartawan di Surabya. juga ikut serta dalam Turba (Turun Kebawah)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang merupakan agenda rutin tahunan PWNU Jatim. Selain itu juga telah mampu mencetak tablod "Kabar 9" dan *website* untuk meningkatkan pelayanan kepada ummat dan juga membangun dan membina kembali hubungan baik antara PWNU Jatim dengan PCNU-PCNU yang tersebar di seluruh Jawa Timur juga para warga Nahdliyin tentunya.

Dari hasil observasi yang dilakukan penulis, baik selama masih magang disana dan masa penelitian, juga hasil wawancara, penulis dapat menyimpulkan bahwa kepala humas PWNU Jatim dalam membangun citra PWNU Jatim menggunakan strategi komunikasi kedalam dan keluar. Seperti dalam bab-bab sebelumnya telah dijelaskan bahwa humas memiliki fungsi strategi dalam manajemen yang melakukan komunikasi untuk menimbulkan pemahaman dan penerimaan publik.

Oleh karena itu untuk dapat menimbulkan pemahaman dan penerimaan publik terhadap segala hal yang terjadi baik itu berupa kebijakan dalam organisasi maupun kegiatan-kegiatan yang dilakukan haruslah dengan penyampaian pesan yang dikemas tidak hanya secara rapi tetapi juga menarik. Hal ini selalu dilakukan oleh staf humas PWNU Jatim dalam setiap kegiatan yang mereka rencanakan, seperti membuat *press realese*, dan juga dalam menanggapi setiap kejadian baik lingkup nasional, maupun global, seperti mengadaka istighosah sebagai wujud solidaritas untuk saudara kita sesama muslim di Palestina, juga konferensi pers oleh KH. M. Hasan Mutawakkil Alallah beberapa waktu setelah Israel melakukan agresi ke Palestina.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dengan menggunakan bantuan media maka diharapkan masyarakat dapat mengetahui segala kegiatan yang terjadi dan sedang dilakukan oleh PWNU Jatim, juga pada akhirnya masyarakat dapat ikut berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan tersebut. Namun sekali lagi, komunkasi yang baik haruslah terjadi secara dua arah, dimana komunikan juga berhak menyampaikan pesan balik, dan hal ini sangat penting untuk diperhatikan oleh kepala humas sebagai tolak ukur pmahaman masyarakat terhadap pesan yang telah disampaikan. Dengan mengetahui opini publik tersebut maka kepala humas dapat menyaring, memilah dan menimbang perbaikan apa yang harus dilakukan ke depannya, demi terwujudnya citra positif di mata publik.

D. Pembahasan

Sebagai lanjutan dalam penulisan skripsi ini adalah konfirmasi atau perbandingan antara temuan di lapangan dengan teori-teori baik yang mempunyai kesesuaian atau relevansi maupun yang berseberangan. Sesuai dengan hasil analisa data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, sebagai konsekuensinya adalah membandingkan hasil temuan data yang di dapat dari lapangan dengan teori yang relevan. Teori yang relevan berkaitan dengan fokus masalah, yaitu mengenai bagaimana peranan Hubungan Masyarakat Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Timur dalam membangun citra kepada masyarakat, dan bagaimana strategi Hubungan Masyarakat Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Timur dalam membangun citra pada masyarakat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Apabila dianalisis, penulis merasa peranan dan strategi humas dalam membangun kembali citra PWNU Jatim, cocok dengan teori " Brand Image" yang dikemukakan oleh Kotler & Keller. Dimana PWNU Jatim sebagai ormas Islam telah memiliki nama besar (*merk*) yang telah lama dikenal oleh masyarakat. Bahkan jumlah massa pengikutnyapun telah tersebar diseluruh Indonesia.

Brand Image juga berlaku dalam sebuah organisasi, dimana publik yang akan menjadi massa pengikut suatu organisasi akan tertarik dan memilih aktif bergabung dalam setiap kegiatan yang dilakukan apabila organisasi itu telah memiliki nama baik di mata publik, maupun dari desain konsep kegiatan yang menarik, dan dapat membawa manfaat tertentu baik bagi mereka maupun organisasi ke depannya. Begitu juga halnya dengan PWNU Jatim, dimana setelah Pilgub Jatim kemarin sempat menjatuhkan citra PWNU Jatim karena banyak yang beranggapan PWNU Jatim telah tercemar oleh praktek politik praktis. Disini keberadaan humas dirasa sangat diperlukan untuk mengembalikan nama baik PWNU Jatim. Kaitan dengan teori *brand image* adalah, dalam mengembalikan citra baik PWNU Jatim memerlukan sebuah desain konsep yang menarik dan membawa manfaat bagi para pengikutnya. Hal ini tidaklah sulit mengingat NU telah memiliki nama sebagai ormas Islam terbesar di Indonesia lebih mudah mendapatkan massa karena telah memiliki merek dan jelas membawa manfaat bagi pengikutnya.

Meskipun akhir-akhir ini banyak tokoh NU yang bergabung dalam partai politik yang berbeda-beda dan bahkan telah menjadi politikus di negeri ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bukan berarti NU telah terpecah belah. Dan perlu untuk diingat bahwa semua warga NU dalam melakukan tindakan politik tidaklah salah (negatif), hal ini tercantum dalam naskah Khittah NU butir 8, alinea lima dan enam, tentang NU dan kehidupan bernegara. Pada alinea kelima tercantum "Setiap warga Nahdlatul Ulama adalah warga negara yang mempunyai hak-hak politik yang dilindungi oleh undang-undang". Dan diperjelas lagi pada alinea berikutnya "Di dalam hal warga NU menggunakan hak-hak politiknya harus melakukan secara bertanggung jawab, sehingga dengan demikian dapat ditimbulkan sikap hidup yang demokratis, konstitusional, taat hukum dan mampu mengembangkan mekanisme musyawarah dan mufakat dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi bersama". Namun semua itu kembali lagi pada para pelakunya, apakah mereka mampu memahami naskah tersebut dan benar-benar menerapkannya dalam kehidupan politiknya.

Bapak H. Mashudi Mochtar menanggapi keterlibatan beberapa stakeholder PWNU Jatim dalam praktek politik di negeri ini, dengan panjang lebar. Beliau memberikan pemaparan dalam tabloid PWNU Jatim, Kabar 9 NU dalam rubrik wacana.

> "Walaupun NU sebagai jamiyah diniyyah ijtimaiyah yang non politik dan bukan partai politik, namun NU mempunyai potensi dan power politik yang cukup besar bahkan bisa jadi lebih besar dari potensi dan power politik yang dimiliki oleh partai politik tertentu. Masalahnya kemudian, bagaimana NU dapat memanfaatkan potensi politiknya secara benar sesuai dengan Khittah NU.
>
> NU didirikan antara lain : (a) untuk tegak dan terlaksananya syariat Islam Ahlussunnah Wal Jamaah ala ahad min madzabillah arba'ah, (b) untuk mempersatukan langkah para ulama pengasuh pesantren beserta pengikut-pengikutnya. (c) menciptakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> kemaslahatan masyarakat, kemajuan bangsa dan ketinggian harkat dan martabat manusia.
>
> Dan untuk mencapai cita-cita itu, di samping bergerak dalam bidang pendidikan, dakwah, ekonomi, dan lain-lain, NU tidak boleh mengabaikan bidang politik demi keselamatan NU dan tegaknya ajaran Islam Ahlussunnah wal jama'ah di Nusantara."

Dari pemaparan Sekretaris PWNU Jatim diatas, kaitan teori dengan penelitian telah terjawab. Dimana dalam pemaparan tersebut terdapat pesan yang masuk akal sehingga dapat menimbulkan perubahan persepsi pembacanya dari negatif menjadi positif. Selain itu, pada poin (b) tujuan NU didirikan, yaitu untuk mempersatukan langkah para ulama pengasuh pesantren beserta pengikut-pengikutnya. Kata-kata ini menggambarkan betapa banyaknya masyarakat yang telah mengenal nama NU. Selain telah memiliki nama (*Brand mage*) yang dikenal banyak orang, NU juga memberi manfaat bagi kemaslahatan masyarakat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari semua pembahasan dalam skripsi ini, penulis mendapatkan kesimpulan, bahwa Humas PWNU Jatim memliki peranan penting dalam membangun Citra PWNU Jatim dimata masyarakat, dan telah mampu berperan sesuai dengan fungsinya. Dalam Membangun Citra PWNU Jatim, Humas PWNU Jatim menerapkan cara berpikir PR, yaitu berperan aktif dan kreatif, berani berinisiatif tanpa takut resiko, dan pada akhirnya sampai menemukan sesuatu yang baru. Artinya berani mengadakan perubahan untuk berkembang.

Semua itu dapat dilihat dari hasil kegiatan yang telah mampu dicapai dalam waktu yang relatif cepat, seperti diadakannya *Gathering Pers*, Konferensi Pers, Forum Silaturrahmi dengan media-media di Surabaya, PWNU Jatim *Cup* yang merupakan pertandingan badminton antara pengurus PWNU Jatim dengan rekan-rekan wartawan se-Surabaya, bahkan melibatkan Gubernur dan wakilnya. Juga ikut serta dalam Turba (Turun Kebawah) yang merupakan agenda rutin tahunan PWNU Jatim. Selain itu Humas PWNU Jatim telah mampu mencetak tabloid "Kabar 9" dan *website* untuk meningkatkan pelayanan kepada ummat, membangun dan membina kembali hubungan baik antara PWNU Jatim dengan PCNU-PCNU yang tersebar di seluruh Jawa Timur juga para warga Nahdliyin tentunya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Saran

1. Bagi kepala humas PWNU Jatim untuk terus meningkatkan kinerjanya dalam membangun dan mengembalikan citra positif PWNU Jatim di mata masyarakat dan menyatukan kembali seluruh warga NU yang telah terpecah karena masalah politik praktis beberapa waktu yang lalu, selain itu juga meningkatkan pelayanan terhadap ummat dan membentuk ummat yang benar-benar berbasiskan AhlussunnahWal Jama'ah.
2. Bagi seluruh staf pengurus PWNU Jatim hendaklah terbuka dalam hal-hal baru, terutama perubahan dalam kebaikan agar mampu bersaing dengan kondisi zaman tanpa melupakan tradisi-tradisi yang ada.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Adnan, Hamdan dan Hafied Cangara, *Prinsip-Prinsip Hubungan Masssyarakat,* Surabaya : Usaha Nasional, 1996

Anggoro, M. Linggar, *Teori dan Profesi Kehumasan, serta Aplikasinya*, Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2000

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* Jakarta : PT. Rineka Cipta,1998

Assumpta Rumanti, Sr. Maria (OSF), *Dasar-Dasar Publik Relations*, Jakarta : PT. Grasindo Widiasarana Indonesia

Danim, Sudarwan, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, Bandung : CV. Pustaka Setia, 2002

Djanaid, Djanalis, *Public Relations Dalam Teory dan Praktek,* Malang : Indopurels Training, 1991

http://www.nujatim.co.id

http://awad23.wordpress.com/2008/06/25/landasan-teori-tentang-pengaruh-nama-merek-favorable-brand-favorable-terhadap-persepsi-produk-oleh.

Ibrahim, Adam, *Perilaku Organisasi*, Bandung : Sinar Baru, 1989

Khasali, Rhenald, M*anajemen Public Relations*, Jakarta : Pustaka Utama Grafiti, 1994

Moleong, Lexy J., *Metode Penelitian Kualitatif* Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2004

Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*, Bandung : Bumi Aksara, 1996

Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* , Yogyakarta : LKIS, 2007

Porwodarminto, *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka, 1987

Rachmadi, F., *Publik Relations dalam Teori dan Praktek*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1996

Rahmat, Jalaludin, *Metodelogi Penelitian Komunikasi*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2001

Rosady, Ruslan, *Managemen Publik Relations Dan Media Komunikasi*, Jalarta : Raja Grafindo Persada, 2003

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

_____, *Manajemen Humas dan Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2002

Shoemirat, Sholeh, Elvirano, *Dasar-dasar Public Relations*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 1998

Siagian, S.P., *Sistem Informasi untuk Mengambil Keputusan*, Jakarta : Haji Masagung, 1990

Sutisna, *Perilaku Knsumen Dan Komunikasi Perusahaan*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2003

Uchjana Effendy, Onong, *Dinamika Komunikasi*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2000

_____, *Humas Relations dan Publik Relations*, Bandung : Mandar Maju, 1986

_____, *Sistem Informasi dan Managemen*, Bandung : Alumni, 1981

Tabloid *Kabar 9 NU*, Edisi I Februari 2009

Tabloid *Kabar 9 NU*, Edisi II Juni 2009

Tubbs, Stwart L. dan Silvia Moss, *Humas Communications Konteks-Konteks Komunikasi*, Bandung : PT. Remaja Roskadakarya, 2001

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id