

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat Indonesia merupakan masyarakat yang majemuk yakni tersusun antara penduduk asli atau pribumi dan penduduk pendatang atau non – pribumi.¹ Indonesia adalah salah satu Negara yang multi etnis, yaitu : etnis Tionghoa, etnis Arab, etnis India, Etnis Melayu dan sebagainya. Diantara ke empat etnis tersebut etnis Tionghoa merupakan salah satu etnis yang ikut mewarnai kemajemukan di Indonesia, dalam sejarah Indonesia pada abad ke 14 – 15 etnis Tionghoa dari Tiongkok dalam jumlah besar kurang lebih 27.000 jiwa dibawah komando Laksamana Muhammad Cheng Hoo bermigrasi dan dengan misi penyebaran agama islam ke Indonesia dan beberapa Negara lainnya di Asia Tenggara. Kota Surabaya sebagai salah satu kota pelabuhan dan perdagangan kedua setelah Jakarta merupakan kota yang tidak bisa terlepas dari andil etnis Tionghoa dan mayoritas dari mereka yang menetap di kota ini adalah berprofesi sebagai pedagang yang ulet. Keberhasilan orang – orang keturunan Tionghoa khususnya di Surabaya tidak hanya dalam perekonomian saja, tapi adanya komunitas etnis Tionghoa.

¹ Leo Suryadinata, *Etnis Tionghoa dan Pembangunan Indonesia*, (Jakarta: Pustaka LP3ES, 1999), hal, 104 - 106

Pembina Iman Tauhid Islam d/h Persatuan Islam Tionghoa (PITI) merupakan satu wujud adanya etnis Tionghoa muslim khususnya di Jawa Timur. Dalam hal ini yang merupakan wujud dari PITI adalah pendirian Yayasan Haji Muhammad Cheng Hoo Indonesia (YHMCHI), yang dimaksud berkeinginan mencari dan mengelola dana dari dan untuk PITI Jatim, dikarenakan supaya PITI *focus* sebagai ormas konsentrasi untuk membina dan mengarahkan anggotanya lebih baik. Ternyata dalam perkembangannya kehadiran YHMCHI bisa diterima oleh masyarakat dengan adanya Masjid Cheng Hoo, khususnya etnis Tionghoa muslim dan non muslim.

Dalam menjalankan organisasi YHMCHI pasti di butuhkan humas sebagai pen jembatan antar pengurus dan organisasi dengan masyarakat baik etnis Tionghoa Muslim maupun non – muslim dan masyarakat umum (pribumi). Agar tercapainya persatuan muslim Tionghoa dengan muslim Indonesia, Tionghoa muslim dengan Tionghoa non muslim, serta etnis Tionghoa dengan umat Islam di Indonesia.

Sepertinya hal dalam tatanan kerja humas YHMCHI termasuk lembaga yang bergerak di bidang sosial, terjadi fenomena yang layak untuk dikaji oleh peneliti yang meliputi masih adanya anggapan dari masyarakat bahwa Etnis Tionghoa cenderung eksklusif (menutup diri), hal ini timbul karena penampilan dan gaya hidup mereka baik muslim maupun

non muslim. Masih belum maunya warga etnis tionghoa untuk terbuka dan menunjukkan eksistensi dirinya.

Sulitnya mengajak muslim tionghoa untuk berkumpul dalam satu wadah. Hal ini timbul karena sikap malu, ada yang takut keluarganya karena masuk islam secara sembunyi – sembunyi. Masih adanya beberapa pengurus yang kurang mengerti akan posisi dan tanggung jawab yang mereka emban merupakan masalah yang harus lebih diperhatikan oleh pihak humas agar tercipta keharmonisan dalam organisasi. Organisasi ini masih masih berada dipersimpangan jalan, dalam artian masih kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang loyal kepada kebenaran, kejujuran, dan keikhlasan. Ironisnya lagi, organisasi ini seringkali dijadikan kendaraan untuk mencapai kepentingan pribadi maupun komoditi politik.

Dalam penelitian ini, lembaga yang di teliti merupakan lembaga yang sudah tidak asing lagi bagi peneliti yaitu YHMCHI karena peneliti juga menjadi anggota PITI serta sebelumnya peneliti juga pernah mengikuti acara yang diadakan oleh YHMCHI baik sebagai peserta maupun sukarelawan. Berpijak pada latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti dan mendeskripsikan Strategi Humas Yayasan Haji Muhammad Cheng Hoo Indonesia Dalam Membangun Citra Lembaga.

B. Rumusan Masalah

Dari kajian lapangan dan latar belakang yang telah di kemukakan, peneliti mengangkat beberapa rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana Strategi Humas YHMCHI dalam Membangun Citra Lembaga ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah tersaji, peneliti kali ini memiliki tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan memahami Strategi Humas YHMCHI dalam membangun Citra Lembaga.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Manfaat Teoritis

Sebagai masukan atau sumbangan pada bidang Ilmu Komunikasi umumnya dan pada Public Relations khususnya. Serta dapat dijadikan bahan koreksi yang konstruktif untuk mengembangkan dan menambah pemahaman.

2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan masukan atau sumbangan keilmuan untuk Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Serta sebagai bahan pertimbangan atau pemacu untuk para humas melakukan berbagai strategi – strategi dalam membangun citra Lembaga.

E. Definisi Konsep

Pada dasarnya konsep merupakan unsur pokok dari penelitian dan suatu konsep sebenarnya adalah definisi singkat dari sejumlah fakta atau gejala yang ada. Konsep yang dipilih dalam penelitian ini haruslah ditentukan oleh batas permasalahannya dan ruang lingkup, dengan harapan di dalam permasalahan tersebut tidak terjadi kesimpangsiuran dan salah pengertian dalam memahami konsep – konsep yang diajukan dalam penelitian. Adapun definisi konsep pada Penelitian ini adalah strategi humas dan citra.

1. Strategi Humas

Strategi adalah rencana yang berskala besar berorientasi kepada masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan persaingan guna mencapai sasaran – sasaran perusahaan.² Strategi adalah sebagai sekumpulan tindakan yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan

² Pearce dan Robinson, Manajemen Strategi, (Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1997), hal, 20

pelaksanaan (implementasi) rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran perusahaan atau lembaga.

Hubungan masyarakat adalah keseluruhan kegiatan yang dijalankan suatu organisasi terhadap pihak – pihak lain dalam rangka pembinaan pengertian dan memperoleh dukungan pihak lain itu demi tercapainya tujuan organisasi dengan sebaik – baiknya.³ Humas adalah suatu seni sekaligus disiplin ilmu sosial yang menganalisis berbagai kecenderungan, memprediksikan setiap kemungkinan konsekuensi dari setiap kegiatannya, memberi masukan dan saran – saran kepada pemimpin organisasi, dan mengimplementasikan program – program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan atau kepentingan khalayak.⁴ Jadi yang dimaksud strategi humas dalam penelitian ini adalah kiat – kiat yang dilaksanakan oleh YHMCHI dalam mencapai tujuan, serta bagaimana YHMCHI dalam melakukan tindakannya dalam melayani kebutuhan organisasi dan kepentingan khalayak. Pencapaian tujuan dalam perencanaan strategi merupakan strategi yang didalamnya berisi garis – garis besar atau dasar – dasar pokok pedoman tujuan dan sasaran bagi humas YHMCHI untuk mencapai tujuan dan sasaran itu maka perencanaan strategi memerlukan persepsi dan tekanan khusus dalam bentuk, arah, dan tujuan. Penetapan tujuan dalam perencanaan strategi YHMCHI meletakkan kerangka

³ Bambang Siswanto, *Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1992), hal, 6

⁴ M. Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2000) hal, 2

prioritas untuk memfokuskan arah semua program dan aktivitas jajaran YHMCHI bersama segenap *stakeholder* dan seluruh komponen pendukungnya dalam melaksanakan tujuan YHMCHI dalam membangun citra muslim Tionghoa.

2. Citra Lembaga

Citra adalah suatu gambaran yang memiliki karakteristik tentang mental, ide yang dihasilkan oleh imajinasi atau kepribadian yang ditunjukkan kepada publik atau seseorang, organisasi atau sebagainya.⁵ Citra adalah tujuan utama dan sekaligus reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (humas) atau *public relations*. Pengertian itu sendiri abstrak (*intangible*) dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk. Seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik (khalayak atau sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya.⁶ Citra yang dimaksud dalam penelitian ini adalah persepsi yang diciptakan publik atau masyarakat terhadap YHMCHI yang didasarkan pada pengalaman dan informasi serta bagaimana YHMCHI membangun citra muslim Tionghoa yang cenderung masih menutup diri (eksklusif) agar mereka mampu menunjukkan eksistensi diri dan lebih terbuka yang sesuai dengan motto YHMCHI yaitu meningkatkan keimanan dan ketakwaan

⁵ Sandra Oliver, *Strategi Publik Relations*, (Esensi Erlangga Group, 2007), hal, 50

⁶ Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 1997) hal, 68

kepada Allah SWT, saling menghormati, banyak berkomunikasi, mengembangkan spirit persatuan, banyak mmemafkan orang lain, banyak menerima pendapat orang lain, pekerjaan baru akan sukses.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam mengemukakan pembahasan terhadap permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, peneliti menyusun sistematika pembahasan yang terbagi dalam 5 bab yang terdiri dari:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab pertama ini, peneliti menyajikan beberapa sub bahasan, di antaranya adalah latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian teoritis, definisi konsep dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab kedua ini, peneliti akan menyajikan teori digunakan dalam melihat Strategi Humas YHMCHI dalam membangun Citra.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab selanjutnya yakni bab ketiga merupakan bab metode penelitian. Artinya, peneliti akan menyajikan metode – metode yang dipakai dalam penelitian ini. peneliti juga akan menyajikan sasaran penelitian, pengumpulan data, serta keabsahan data yang diperoleh di lapangan.

BAB IV : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Bab selanjutnya merupakan proses penyajian dan analisis data. Semua data disajikan sesuai dengan metode yang dipakai kemudian keseluruhan data yang telah disajikan akan ditela'ah secara mendalam.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini, peneliti menyajikan 2 sub bab yang meliputi kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisi tentang pokok masalah serta jawaban yang sudah tersusun dengan benar. Dan sub bab selanjutnya merupakan saran dan kritik.