

**AKTIVITAS HUMAS PALANG MERAH INDONESIA (PMI)**

**KOTA SURAKARTA DALAM MENSOSIALISASIKAN**

**GRIYA PMI SURAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah

Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial



Oleh :

Windha Nur Widyawati

16.12.11.032

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SURAKARTA**

2020

**AKTIVITAS HUMAS PALANG MERAH INDONESIA (PMI)**

**KOTA SURAKARTA DALAM MENSOSIALISASIKAN**

**GRIYA PMI SURAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah

Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial



Oleh :

Windha Nur Widyawati

16.12.11.032

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SURAKARTA**

2020

## NOTA PEMBIMBING

**FATHAN, S.Sos., M.Si.**  
**DOSEN PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SURAKARTA**

### NOTA PEMBIMBING

Hal : Skripsi Sdri. Windha Nur Widyawati

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
IAIN SURAKARTA

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap skripsi saudara:

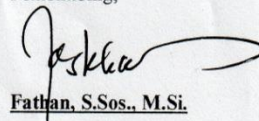
Nama : Windha Nur Widyawati  
Nim : 161211032  
Judul : Strategi Humas Palang Merah Indonesia (PMI) Kota  
Surakarta Dalam Mensosialisasikan Griya PMI

Dengan ini kami menilai skripsi tersebut dapat disetujui untuk diajukan pada Sidang Munaqosyah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 24 Agustus 2020

Pembimbing,



**Fathan, S.Sos., M.Si.**

NIP. 19690208 199903 1 001

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Windha Nur Widyawati  
NIM : 161211032  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah

Menyatakan bahwa skripsi ini disusun tanpa tindakan plagiarisme sesuai dengan peraturan yang berlaku di Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Apabila dikemudian hari saya melakukan tindakan plagiarisme, saya bertanggung jawab sepenuhnya dan bersedia menerima sanksi yang ditujukan Institut Agama Islam Negeri Surakarta kepada saya.

Surakarta, 24 Agustus 2020

Yang membuat Pernyataan



**Windha Nur Widyawati**

**NIM. 161211032**



## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

#### AKTIVITAS HUMAS PALANG MERAH INDONESIA (PMI) KOTA SURAKARTA DALAM MENSOSIALISASIKAN GRIYA PMI SURAKARTA

Disusun Oleh:

Windha Nur Widyawati

NIM. 161211032

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Institut Agama Islam Negeri Surakarta

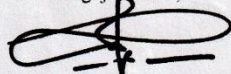
Pada Hari Senin tanggal 28 September 2020

Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

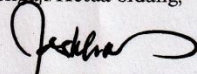
Surakarta, 12 Oktober 2020

Penguji Utama,



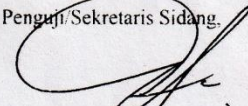
Eny Susilowati, S. Sos., M. Si  
NIP. 19720428 200003 2 002

Penguji/Ketua Sidang,



Fathan, S. Sos., M. Si  
NIP. 19690208 199903 1 001

Penguji Sekretaris Sidang,



Agus Sriyanto, S. Sos., M. Si  
NIP. 19710619 200912 1 001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah



Dr. Islah, M. Ag  
NIP. 19730522 200312 1 001

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

### **Teruntuk yang terkasih:**

Almamaterku tercinta Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam A'16

Komunikasi dan Penyiaran Islam Konsentrasi Public Relations'16

Kedua Orang tuaku tersayang.

Adik-adikku tercinta yang selalu menyemangati dan mendukung setiap langkahku.

Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang turut memberikan doa dan dukungan dalam kelulusanku.

Diriku sendiri, terimakasih atas kerja keras selama ini, semangat dan tetap berusaha melawan rasa malas agar bisa mempersembahkan hal yang terbaik.

**HALAMAN MOTTO**

**“EVERYDAY IS RACE  
THE LAST BUT NOT LEAST”**

(Anonymous)

“Setiap hari langkah kehidupan begitu cepat, bagaikan pembalap berebut dan melaju menjadi nomor satu, tetapi yang terakhir bukanlah yang buruk”

## ABSTRAK

**WINDHA NUR WIDYAWATI, NIM 16.12.11.032. Aktivitas Humas Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Surakarta Dalam Mensosialisasikan Griya PMI Surakarta. Skripsi. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Fakultas Ushuluddin dan Dakwah. Institut Agama Islam Negeri Surakarta. 2020.**

Skripsi ini berawal dari PMI Kota Surakarta menjadi satu-satunya PMI di seluruh Indonesia yang mempunyai Griya PMI. Hal ini menjadi kebanggaan tersendiri bagi PMI Kota Surakarta sekaligus menjadi tugas berat yang harus dirancang penuh strategi sehingga membutuhkan aktivitas humas dalam mensosialisasikan Griya PMI di karenakan PMI lekat dengan donor darah dan masih ada beberapa masyarakat yang belum mengetahui keberadaan Griya PMI. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana aktivitas humas PMI Kota Surakarta dalam mensosialisasikan Griya PMI di tengah masyarakat luas bahkan sampai lingkup nasional maupun internasional. Judul penelitian ini “Aktivitas Humas Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Surakarta dalam Mensosialisasikan Griya PMI Surakarta.” Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana aktivitas yang dilakukan oleh humas PMI Kota Surakarta dalam mensosialisasikan Griya PMI.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif yaitu dengan melakukan penelitian langsung, melakukan observasi secara mendalam, serta menggambarkan dan menyajikan fakta yang ada di lapangan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh kegiatan kehumasan dalam mensosialisasikan Griya PMI dapat disimpulkan bahwa pengetahuan masyarakat mengenai Griya PMI dari tahun ke tahun semakin meningkat dan aktivitas yang dilakukan humas PMI Kota Surakarta dalam upaya mensosialisasikan Griya PMI kepada masyarakat luas melakukan aktivitas *human relations* yaitu memelihara keakraban dan kekompakan antara sesama karyawan dan atasan maupun dengan relawan di PMI Kota Surakarta. *Community relations* yaitu menjalin hubungan dengan masyarakat maupun komunitas dan *Media relations* yaitu melakukan kerjasama dengan berbagai media di Kota Surakarta maupun media nasional. Humas juga melakukan kegiatan publikasi melalui media sosial dan media cetak. Kegiatan tersebut dilaksanakan untuk mensosialisasikan Griya PMI.

Kata Kunci : Aktivitas Humas, Sosialisasi, Griya PMI



## ABSTRACT

**WINDHA NUR WIDYAWATI, NIM 16.12.11.032. Public Relations Activities of the Indonesian Red Cross (PMI) Surakarta City in Socializing the PMI Surakarta Griya. Thesis. Islamic Communication and Broadcasting Study Program. Faculty of Ushuluddin and Da'wah.Surakarta State Islamic Institute. 2020.**

This thesis started from PMI Surakarta City to be the only PMI in all of Indonesia that has PMI Griya. This is a special pride for PMI Surakarta City as well as a tough task that must be designed in full strategy so that it requires public relations activities in socializing the PMI Griya because PMI is closely related to blood donors and there are still some people who do not know the existence of PMI Griya. Therefore, the authors are interested in examining how the public relations activities of PMI Surakarta City in socializing the PMI Griya in the wider community even to the national and international scope. The title of this research is "Public Relations Activities of the Indonesian Red Cross (PMI) Surakarta City in Socializing Griya PMI Surakarta." The purpose of this study was to determine how the activities carried out by the public relations of PMI Surakarta City in socializing Griya PMI.

This research uses qualitative research using descriptive methods, namely by conducting direct research, making in-depth observations, and describing and presenting facts in the field.

The results of this study indicate that all public relations activities in socializing Griya PMI can be concluded that public knowledge about PMI Griya is increasing from year to year and the activities carried out by PMI Surakarta City PR in an effort to socialize Griya PMI to the wider community conduct human relations activities, namely maintaining familiarity. and cohesiveness between fellow employees and superiors as well as with volunteers at PMI Surakarta City. Community relations, namely establishing relationships with the community and community and media relations, namely collaborating with various media in the city of Surakarta and the national media. Public Relations also conducts publication activities through social media and print media. This activity was carried out to socialize the PMI Griya.

Keywords: Public Relations Activities, Socialization, PMI Griya

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat ALLAH SWT, karena berkah rahmat dan karunia –Nya penulis dapat menyelesaikan penulis skripsi ini, meskipun dalam prosesnya, banyak sekali rintangan dan hambatan. Penulis menyadari bahwa dapat diselesaikannya skripsi ini benar benar merupakan pertolongan ALLAH SWT. Shalawat dan salam semoga dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan sahabatnya, yang telah memberikan tauladan baik.

Skripsi yang berjudul “Aktivitas Humas Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Surakarta dalam Mensosialisasikan Griya PMI Surakarta” ini merupakan bentuk sosialisasi yang dilakukan humas PMI Kota Surakarta dalam mensosialisasikan Griya PMI untuk di kenal publik secara luas.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini saya mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan dan penyusunan penulisan skripsi diantaranya:

1. Prof. Dr. Mudofir, S.Ag., M.Pd selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta
2. Dr. Islah, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta
3. Agus Sriyanto, S. Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang sekaligus menjadi sekretaris sidang dari skripsi ini.
4. Fathan, S. Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan support serta meluangkan waktu di sela-sela kesibukan untuk memberikan arahan dan petunjuk demi lancarnya penyusunan skripsi ini.
5. Eny Susilowati, S.Sos., M.Si selaku dosen penguji utama yang telah memberikan masukan, sanggahan, saran, koreksi serta dukungannya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta, yang telah dengan sabar membimbing saya selama ini.
7. Kedua orang tuaku, yang selalu memberikan dukungan baik dukungan moril maupun materil, memberikan doa dan kasih sayang serta selalu menyemangati yang tiada henti untuk saya agar tidak pernah putus asa dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Adik-adik ku Dava Irgi Pratama, Jihan Kanza As Zahra yang tidak hentinya memberikan hiburan dan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Teman-teman KPI A 2016 dan Public Relations'16, terimakasih telah memberi warna dalam perkuliahan selama ini.
10. Pak Agus selaku Kepala Markas PMI Kota Surakarta, mas Dedy, mbak Dhea, mas Arif, mbak Dita, mbak Tiara, mbak Putri serta karyawan PMI Kota Surakarta terimakasih atas kesediannya dalam memberikan dukungan, membantu dan meluangkan waktu, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis berdoa semoga bantuan, bimbingan, dukungan tersebut diterima sebagai amal baik oleh Allah SWT, Amin.
11. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah membantu dan mendukung penyusunan skripsi ini.

Surakarta, 24 Agustus 2020

Penulis

**Windha Nur Widyawati**

**NIM. 161211032**

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
NOTA PEMBIMBING .....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR TABLE.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	13
C. Batasan Masalah .....	14
D. Rumusan Masalah .....	14
E. Tujuan Penelitian .....	14
F. Manfaat Penelitian .....	14
BAB II LANDASAN TEORI .....	16

A.	Landasan Teori.....	16
1.	Aktivitas Humas .....	16
a.	Pengertian Aktivitas .....	16
b.	Humas.....	17
c.	Humas dalam Organisasi .....	25
d.	Aktivitas Hubungan Masyarakat (Humas) .....	30
2.	Sosialisasi.....	41
a.	Pengertian Sosialisasi .....	41
b.	Proses dan Tujuan Sosialisasi .....	42
c.	Media Sosialisasi.....	44
d.	Bentuk-Bentuk Sosialisasi .....	45
3.	Palang Merah Indonesia (PMI) .....	46
a.	Pengertian Palang Merah Indonesia (PMI) .....	46
b.	Tugas Palang Merah Indonesia (PMI).....	47
c.	Tujuan Strategis Palang Merah Indonesia (PMI).....	48
d.	Prinsip Dasar Gerakan Palang Merah .....	50
B.	Kajian Pustaka .....	52
C.	Kerangka Berpikir .....	54
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>56</b>
A.	Pendekatan Penelitian.....	56
B.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	56
C.	Sumber Data .....	57
D.	Objek dan Subjek Penelitian.....	58
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	59
F.	Teknik Keabsahan Data.....	61



G. Teknik Analisis Data.....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	65
A. Gambaran Umum PMI Kota Surakarta.....	65
1. Sejarah PMI Kota Surakarta.....	65
2. Visi Misi PMI Kota Surakarta.....	66
3. Deskripsi Organisasi PMI Kota Surakarta .....	67
4. Struktur Organisasi PMI Kota Surakarta .....	68
5. Perkembangan PMI Kota Surakarta .....	70
6. Griya PMI Surakarta.....	72
B. Sajian Data dan Pembahasan .....	76
1. Sajian Data .....	76
2. Pembahasan.....	83
a. <i>Human Relations</i> .....	84
b. <i>Community relations</i> .....	92
c. <i>Media Relations</i> .....	105
BAB V PENUTUP .....	121
A. Kesimpulan .....	121
B. Keterbatasan Masalah.....	123
C. Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA .....	125
LAMPIRAN .....	128

## **DAFTAR TABLE**

Table 1 Waktu Penelitian .....	57
Table 2 Struktur Organisasi Markas PMI Kota Surakarta .....	69
Table 3 Sajian Data .....	80

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 : Skema kerangka berpikir
- Gambar 2 : Model analisis interaktif Miles and Huberman
- Gambar 3 : Struktur organisasi PMI Kota Surakarta
- Gambar 4 : Kegiatan warga Griya
- Gambar 5 : *Screen shoot* grup whatsapp karyawan PMI Kota Surakarta
- Gambar 6 : *Screen shoot* grup whatsapp humas
- Gambar 7 : Sosialisasi proker 2020
- Gambar 8 : Senam bersama karyawan
- Gambar 9 : *Gathering* karyawan
- Gambar 10 : Pemberian penghargaan kepada relawan
- Gambar 11 : Sibat melakukan sosialisasi
- Gambar 12 : Sibat mnggunakan pakaian kartun
- Gambar 13 : Kunjungan SMA Batik 1 Surakarta ke Griya PMI
- Gambar 14 : Sosialisasi humas
- Gambar 15 : Kunjungan DPRD Surakarta ke Griya PMI
- Gambar 16 : Kunjungan artis Cut Mini ke Griya PMI
- Gambar 17 : Penyembelihan hewan kurban di Griya PMI
- Gambar 18 : Susur Kampung
- Gambar 19 : *Screen shoot* grup whatsApp humas dengan berbagai media

Gambar 20 : *Media visit*

Gambar 21 : Sosial media Instagram PMI Kota Surakarta

Gambar 22 : Sosial media Twitter PMI Kota Surakarta

Gambar 23 : Sosial media Youtube PMI Kota Surakarta

Gambar 24 : Brosur Griya PMI

Gambar 25 : Brosur Griya PMI

Gambar 26 : *Company profile* Griya PMI

Gambar 27 : Kliping humas

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Pedoman wawancara Kepala Markas PMI Kota Surakarta
- Lampiran 2 : Pedoman wawancara Kepala Bidang Public Relations dan Research and Devolopmen PMI Kota Surakarta
- Lampiran 3 : Pedoman wawancara Staf Bidang Public Relations dan Research and Devolopmen PMI Kota Surakarta
- Lampiran 4 : Pedoman wawancara Kepala Seksi Kemitraan, Kerjasama dan Humas PMI Kota Surakarta
- Lampiran 5 : Pedoman wawancara Koordinator Sentral Griya PMI
- Lampiran 6 : Transkrip wawancara Kepala Markas PMI Kota Surakarta
- Lampiran 7 : Transkrip wawancara Kepala Bidang Public Relations dan Research and Devolopmen PMI Kota Surakarta
- Lampiran 8 : Transkrip wawancara Staf Bidang Public Relations dan Research and Devolopmen PMI Kota Surakarta
- Lampiran 9 : Transkrip wawancara Kepala Seksi Kemitraan, Kerjasama dan Humas PMI Kota Surakarta
- Lampiran 10 : Transkrip wawancara Koordinator Sentral Griya PMI
- Lampiran 11 : Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 12 : Dokumentasi



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan Organisasi sosial atau nonprofit di Indonesia berkembang cukup pesat, keadaan ini menunjukkan akan pentingnya keberadaan organisasi sosial/nonprofit. Organisasi sosial/nonprofit berfungsi membantu pemerintah melalui bantuan pendidikan, sosial, dan kesehatan yang diberikan pada masyarakat. Sehingga, masyarakat dengan faktor produksi rendah dapat mempertahankan eksistensi dan kontribusinya dalam perekonomian suatu negara. Salah satu organisasi sosial atau nonprofit adalah Komite Internasional Palang Merah/*International Committee of the Red Cross (ICRC)* dibentuk pada tahun 1863 dan bermarkas besar di Swiss. ICRC merupakan lembaga kemanusiaan yang mandiri dan sebagai penengah yang netral.

Perhimpunan Nasional Palang Merah atau Bulan Sabit didirikan hampir di setiap negara di seluruh dunia dan sekarang sudah berjumlah 176 Perhimpunan Nasional, termasuk Palang Merah Indonesia (PMI). Palang Merah Indonesia (PMI) merupakan organisasi perhimpunan nasional di Indonesia yang bergerak di bidang sosial kemanusiaan berstatus badan hukum yang disahkan oleh Keputusan Presiden RIS No. 25 tahun 1950 dan diperkuat dengan Keputusan Presiden RI No. 24 tahun 1963. PMI bertujuan meringankan beban penderitaan sesama manusia,

apapun sebabnya dengan tidak membedakan agama, suku bangsa, bahasa, warna kulit, jenis kelamin, golongan dan pandangan politik. PMI mempunyai tujuh prinsip dasar Gerakan Internasional Palang Merah dan Bulan Sabit yaitu kemanusiaan, kesamaan, kesukarelaan, kemandirian, kesatuan, kenetralan, dan kesemestaan. ([www.pmi.or.id](http://www.pmi.or.id)) dilansir dari website PMI pada tanggal 3 Februari 2020.

Berbicara organisasi kemanusiaan seperti PMI, pasti tidak akan terlepas dari nilai-nilai Pancasila. Kedua unsur tersebut saling berkaitan karena dalam pelaksanaan organisasi kemanusiaan tetap berpegang teguh pada Pancasila sebagai indikator dan tolak ukur. Dengan didasarkan atas keimanan dan ketaqwaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa, menjadi kewajiban bagi seluruh umat manusia untuk saling tolong menolong antar sesama makhluk hidup dengan didasari rasa kemanusiaan yang adil dan beradab yang tertuang dalam Pancasila sila ke 2 serta mendasari dan menjiwai ketiga sila berikutnya dengan turut memelihara budi pekerti luhur menuju kearah terwujudnya masyarakat yang berkeadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.

Saat ini PMI telah berdiri di 33 Provinsi, 474 Kabupaten/Kota dan 3406 Kecamatan termasuk PMI Kota Surakarta. PMI Kota Surakarta mempunyai konsep slogan atau *tagline* yaitu “PMI sebagai Ladang Amal.” *Tagline* tersebut dimaksudkan untuk mengajak masyarakat menanamkan kebaikan karena apa yang kita tabur atau yang kita tanam suatu saat pasti akan berbuah. Organisasi sosial kemanusiaan seperti PMI Kota Surakarta

menggantungkan operasional kegiatan yang salah satunya dari sumbangan donatur, kegiatan pengumpulan dana, maupun tenaga sukarelawan. Para donatur bagi organisasi sosial kemanusiaan / nonprofit terdiri dari donator perorangan/individu, organisasi, perusahaan, atau lembaga pemerintah yang bersimpati dalam kegiatan organisasi PMI. Oleh karena itu, sebagai sebuah organisasi yang selalu berinteraksi dengan masyarakat luas, sangat penting bagi PMI Kota Surakarta untuk selalu mensosialisasikan program-program PMI sehingga diharapkan akan menumbuhkan kepercayaan dan menarik minat masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan organisasi tersebut.

Palang Merah juga menyadari akan pentingnya humas bagi tercapainya visi, misi dan tujuan organisasi, hal tersebut terbukti dalam Deklarasi Hanoi “*United For Action*” pada tahun 1998 dimana hubungan masyarakat dan promosi menjadi salah satu poin penting dalam dokumen yang disahkan melalui Konferensi Regional V di Hanoi yang telah disepakati oleh 37 perhimpunan nasional se Asia Pasifik dan Timur Tengah ([www.pmi.or.id](http://www.pmi.or.id)) dilansir dari website PMI pada tanggal 3 Februari 2020. PMI Kota Surakarta juga turut menerapkan deklarasi tersebut melalui keberadaan divisi humas yang berperan penting agar tercapainya visi, misi dan tujuan gerakan kepalangmerahan. Dengan diterimanya PMI Kota Surakarta oleh masyarakat sebagai organisasi yang netral, mandiri, dan *professional* akan mendorong akses yang lebih luas

pada pelayanan PMI serta meningkatnya dukungan maupun kontribusi masyarakat.

Humas mempunyai peran penting dan strategis dalam upaya mengkomunikasikan informasi-informasi. Kebutuhan akan informasi merupakan sesuatu yang penting dalam berbagai kegiatan manusia. Komunikasi berperan dalam mempromosikan dan mensosialisasikan profil dan program-program organisasi agar semakin dikenal masyarakat luas, termasuk didalamnya penyebaran informasi mengenai nilai-nilai kepalangmerahan. Dalam menyampaikan sosialisasi diperlukannya aktivitas humas agar tercapai tujuan untuk membangun, membina, meningkatkan citra organisasi, meningkatkan kontribusi masyarakat, mengumpulkan donasi dan untuk mencapai misinya.

Di era modern saat ini, sosialisasi menjadi penting dalam terbentuk dan berjalannya sebuah organisasi. Sosialisasi menjadi hal yang sangat penting untuk dipaparkan, karena melalui inilah humas bisa menyampaikan kreativitasnya dan kemampuannya untuk mempengaruhi publik agar semakin mengenal dan merasa tertarik dengan organisasi. Semakin dikenal nama suatu organisasi, maka semakin banyak pula masyarakat yang akan menaruh kepercayaan pada organisasi tersebut.

Keberhasilan program humas bergantung pada publiknya, aktivitas yang dilakukan, dapat atau tidaknya memengaruhi organisasi dalam membina hubungan baik, dan dialog yang sehat. Dengan adanya aktivitas sosialisasi yang dilakukan humas PMI Kota Surakarta akan menambah

pengetahuan masyarakat mengenai program-program PMI Kota Surakarta, mengubah sikap dan pendirian publik. Wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk, penilaian atau tanggapan masyarakat tersebut berkaitan dengan timbulnya rasa hormat, kesan-kesan baik, dan menguntungkan terhadap suatu citra organisasi, produk, barang dan jasa pelayanan yang diwakili oleh humas. Tujuan humas untuk memastikan bahwa niat baik dan kiprah organisasi yang bersangkutan dimengerti oleh publik. Humas senantiasa berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan, dan melalui kegiatan-kegiatan yang diharapkan akan muncul suatu dampak, yaitu perubahan secara positif.

Humas di PMI Kota Surakarta sebagai organisasi sosial yang menginduk pada PMI Internasional, berperan penting dalam mensosialisasikan program-program PMI Kota Surakarta yang sekarang tidak hanya untuk donor darah saja. Dalam kesehariannya PMI Kota Surakarta terbagi menjadi dua bagian yaitu UDD (Unit Donor Darah) dan Unit Markas. UDD (Unit Donor Darah) terdiri dari informasi mengenai stok darah UDD PMI, jadwal donor darah, data pendonor, prosedur donor darah, prosedur permintaan darah sedangkan Unit Markas terdiri dari program-program PMI Kota Surakarta seperti penanggulangan bencana, klinik pratama, hemodialisis, dompet kemanusiaan, serta Griya PMI. Kedua bagian tersebut saling bahu-membahu dalam melaksanakan kegiatan kepalang merahan.



PMI Kota Surakarta berbeda dengan PMI cabang lain, sejak tahun 1998 PMI Kota Surakarta sudah tidak menyelenggarakan bulan dana (menghimpun dana dari masyarakat melalui kupon) untuk menopang kegiatannya serta pengeluaran administrasi walaupun sudah tidak menyelenggarakan bulan dana namun program-program kemanusiaan tetap berjalan. PMI Kota Surakarta memiliki program kemanusiaan yang tidak hanya berfokus pada darah dan aksi cepat tanggap terhadap bencana alam namun sudah merambah pada isu kemanusiaan.

PMI Kota Surakarta mendirikan Lembaga Kesejahteraan Sosial (LKS) atau yang sering disebut “panti” dan menjadi program unggulan yaitu Griya PMI, dibangun diatas tanah 5000 m<sup>2</sup> milik PMI Kota Surakarta dengan kapasitas 200 orang. PMI Kota Surakarta menjadi satu-satunya PMI di Indonesia yang mendirikan Griya PMI. Griya PMI merupakan program penanganan gelandangan dengan gangguan kejiwaan dan lansia terlantar. Griya PMI mempunyai *tagline* “Memanusiakan manusia yang tidak termanusiakan.” Sesuai dengan *tagline* nya Griya PMI merupakan program yang dilakukan sesuai dengan prinsip kemanusiaan yaitu panti rehabilitasi serta merawat gelandangan dengan gangguan kejiwaan dan orang lansia terlantar.

Griya PMI Surakarta mempunyai dua bentuk kepedulian yang diberi nama Griya PMI Peduli dan Griya PMI Bahagia. Griya PMI Peduli didirikan tahun 2012 diperuntukan bagi orang dengan gangguan jiwa yang terlantar di wilayah Kota Surakarta (ODGJ) serta tahun 2015 berkembang

mendirikan Griya PMI Bahagia diperuntukan bagi orang berusia lanjut (lansia) terlantar di wilayah Kota Surakarta. Kedua bentuk tersebut, yaitu ODGJ maupun lansia berada di Griya PMI Surakarta dan memiliki sebutan berupa "warga". Griya PMI memberikan perawatan baik berupa medis maupun non medis kepada warga Griya, antara lain pengobatan kontrol rutin ke dokter, pengecekan kesehatan, kegiatan psikososial, olahraga rutin, keterampilan, siraman rohani, mengajak bicara, dan lain sebagainya. Tujuan didirikannya Griya PMI Kota Surakarta adalah mewujudkan tujuan umum Gerakan Palang Merah Indonesia (PMI), membantu tugas pemerintah dalam bidang pengentasan masalah kesejahteraan sosial bidang ODGJ terlantar dan lanjut usia terlantar, memupuk jiwa sosial dari anggota masyarakat untuk membantu sesama yang sedang membutuhkan bantuan, mengembalikan warga binaan kepada keluarga.

PMI Kota Surakarta pun memiliki kesadaran keberadaan humas bukanlah sekedar *trend* dimasa sekarang namun menjadi salah satu upaya untuk mensosialisasikan organisasi dan program-program yang sedang dijalankan. Sosialisasi dalam hal ini dilakukan humas PMI Kota Surakarta untuk lebih mengenalkan lagi Griya PMI dalam rangka membentuk *image* dan karakteristik untuk memperkuat promosi serta pengenalan organisasi kepada masyarakat selain itu dapat memupuk jiwa sosial masyarakat untuk membantu sesama yang sedang membutuhkan.

Selama ini Humas PMI Kota Surakarta juga telah memanfaatkan beragam media online untuk menyebarluaskan informasi kepada

masyarakat dan berkomunikasi diruang publik, antara lain melalui Website [www.pmisurakarta.or.id](http://www.pmisurakarta.or.id), Twitter @pmisurakarta, Instagram @pmisurakarta dan instagram Griya PMI @griyapmipeduli, serta Youtube PMI Solo. Website PMI Kota Surakarta berisi konten-konten secara umum yaitu halaman utama profil, unit PMI, berita, informasi dan layanan. Sementara pada Twitter, Instagram, Youtube berisi konten seputar kegiatan PMI Kota Surakarta.

Salah satu program PMI Surakarta yang turut pula menjadi aktivitas humas dalam mensosialisasi Griya PMI Surakarta adalah program *Character Building Camp* (CBC), program ini dikemas untuk memperkenalkan Griya PMI dan ditujukan untuk anak-anak usia remaja dengan mengajak ke Griya PMI yang bertujuan meningkatkan kapasitas remaja terutama dalam beberapa aspek seperti kemandirian, kepedulian, kedisiplinan dan membuka mata hati mereka bahwa ada orang yang masih membutuhkan bantuan kita. Serta adapula program yang bernama *Humanity Trip*. *Humanity Trip* merupakan program yang dilakukan dengan mengajak anak-anak TK untuk berkeliling di PMI, memberikan informasi mengenai PMI Kota Surakarta serta turut dikemas untuk memperkenalkan Griya PMI.

Berdasarkan berita yang dilansir pada 13 Februari 2020 dari [joglosemarnews.com](http://joglosemarnews.com), puluhan remaja dari beberapa sekolah menengah atas Surakarta mengunjungi Griya PMI Surakarta, Selasa (10/9/2019). Lebih dari sekedar kunjungan biasa, para remaja tersebut turut dilibatkan

dalam kegiatan PMI Kota Surakarta. Kegiatan tersebut terlaksana atas kerjasama antara Satpol PP Kota Surakarta dengan PMI Kota Surakarta sebagai salah satu upaya pembentukan karakter generasi penerus bangsa Kota Surakarta. Selain itu kegiatan ini diadakan karena kebanyakan remaja saat ini kurang peduli terhadap lingkungan sekitar.

[\(https://joglosemarnews.com/2019/09/ciptakan-rasa-kepedulian-dan-salin-sayang-antarumat-manusia-puluhan-remaja-kunjungi-griya-pmi=solo/\)](https://joglosemarnews.com/2019/09/ciptakan-rasa-kepedulian-dan-salin-sayang-antarumat-manusia-puluhan-remaja-kunjungi-griya-pmi=solo/).

Adapula beberapa program yang digunakan untuk sosialisasi sekaligus donasi di Griya PMI Surakarta yaitu “Satu Gelas Beras untuk Griya” untuk memenuhi kebutuhan beras setiap hari, PMI Kota Surakarta mengajak untuk berbagi dan peduli pada saudara kita di Griya. Selain itu PMI Kota Surakarta juga pernah mengadakan program donasi berupa “Sebutir Telur Untuk Griya PMI”, untuk membantu meningkatkan gizi saudara kita yang sekarang dirawat di Griya PMI, serta turut dikemas untuk memperkenalkan Griya PMI. Agar terwujudnya tujuan organisasi tersebut salah satunya adalah bagaimana masyarakat kota Surakarta dan sekitarnya mengetahui apa itu Griya PMI Surakarta, masyarakat memiliki keterkaitan dan kepedulian untuk turut berperan aktif dalam membantu PMI Kota Surakarta barulah sosialisasi ini berjalan sesuai keinginan. Selain itu dalam rangka sosialisasi, humas PMI Kota Surakarta juga selalu berusaha menjalin hubungan baik dengan masyarakat, media, relawan, komunitas-komunitas yang ada di Surakarta maupun luar Surakarta serta mengajak beberapa artis untuk berkunjung ke Griya PMI Surakarta. PMI

Kota Surakarta juga mendapatkan apresiasi dari berbagai pihak terkait Griya PMI.

Berdasarkan berita yang dilansir dari okezone.com tanggal 3 Februari, Cut Mini salut terhadap Griya PMI Surakarta dikarenakan PMI Kota Surakarta merupakan satu-satunya lembaga Palang Merah di Indonesia yang mendirikan tempat penampungan yang merawat para penderita gangguan kejiwaan maupun lansia, tidak hanya itu Griya PMI yang berada dibawah naungan PMI Kota Surakarta ini juga tidak mendapat subsidi dari Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD). Selama ini mereka mengandalkan operasional warga Griya dari donasi masyarakat. Cut Mini menyatakan rasa salutnya dan berharap langkah mulia ini diikuti PMI Cabang lainnya di Indonesia. PMI Kota Surakarta dan para pengurus Griya PMI pun merasa senang dengan kunjungan Cut Mini. Mereka berharap kunjungan seperti ini dapat menjadi motivasi bagi masyarakat untuk berkontribusi maupun memberikan donasi. (<https://lifestyle.okezone.com/read/2019/05/06/481/2052230/cut-mini-salut-terhadap-griya-pmi-peduli>)

Humas PMI Kota Surakarta telah melakukan sosialisasi melalui media online maupun offline yang cukup banyak, akan tetapi dalam temuan data awal, faktanya masih ada beberapa masyarakat yang belum mengetahui Griya PMI Surakarta, dikarenakan PMI lekat dengan donor darah serta kurangnya keingin tauan masyarakat mengenai Griya apalagi PMI Kota Surakarta menjadi satu-satunya PMI diseluruh Indonesia yang

memiliki Griya PMI sehingga masih ada beberapa masyarakat yang mengetahui bahwa PMI Kota Surakarta hanya untuk berdonor darah atau sekedar untuk menyumbangkan donasi. Sehingga dalam hal ini membutuhkan aktivitas humas yang lebih dari pada PMI yang lainnya agar program-program PMI dapat dilihat, diamati oleh masyarakat dan mempertahankan eksistensinya. Apabila masyarakat sudah banyak yang mengetahui keberadaan Griya PMI Surakarta akan mendorong akses yang lebih luas pada pelayanan PMI serta meningkatkannya dukungan maupun kontribusi masyarakat. Perkembangan situasi dan kondisi masyarakat yang ada, dipandang PMI Kota Surakarta sebagai suatu tantangan yang akan menjadi peluang bagi organisasi dalam mensosialisasikan Griya PMI.

Maka dari itu dalam mensosialisasikan Griya PMI Surakarta perlu melibatkan aktivitas humas agar program-program PMI Kota Surakarta semakin dilihat sehingga citra organisasi semakin positif. Proses yang kontinyu dari usaha-usaha manajemen untuk mendapatkan *good will* (itikad baik) dan pengertian dari publik yang lebih luas. Kedalam proses humas dalam memperbaiki organisasi, sedangkan keluar memperbaiki dan memberikan informasi-informasi terkait Griya PMI Surakarta. Jadi humas memiliki tugas untuk melakukan hubungan baik kedalam maupun keluar organisasi untuk memperoleh pengertian, kepercayaan, dan *good will* dari publik dengan menggunakan strategi yang dimiliki.

Humas PMI Kota Surakarta melakukan inovasi dalam mensosialisasikan Griya PMI dengan melakukan aktivitas *human*

*relations, community relations, dan media relations.* Aktivitas *human relations* adalah unsur-unsur rohaniah yang meliputi: sifat, watak, tingkah laku, pribadi serta aspek-aspek kejiwaan lainnya yang terdapat dalam diri manusia untuk memperoleh kebahagiaan dan kepuasan hati (Widjaja, 2008: 163). Dalam penjelasan tersebut bahwasanya kegiatan yang dilakukan humas secara garis besar merujuk pada pengertian diatas, misalnya melakukan *gathering* karyawan dan memberi penghargaan kepada relawan berprestasi. Aktivitas *community relations* yang dilakukan dengan menjalin hubungan baik dengan komunitas-komunitas maupun relawan serta memperhatikan masyarakat sekitar organisasi seperti adanya kegiatan *coorporate social responsibility*, buka puasa, halal bihalal bersama, idul adha bersama dan selalu melibatkan masyarakat dalam perayaan hari besar nasional. Aktivitas *media relations*, dengan menjalin hubungan dan kerjasama dengan media untuk menyebarkan informasi mengenai organisasi ke publik. PMI Kota Surakarta hampir berkerjasama dengan berbagai media yang ada di Surakarta serta publikasi melalui media sosial maupun media cetak. Ketiga aktivitas tersebut menciptakan hubungan baik dengan berbagai pihak untuk mensosialisasikan Griya PMI.

Dalam mensosialisasikan program yang dibentuk dengan baik akan memberikan dampak baik pula demi tercapainya tujuan-tujuan yang telah ditetapkan organisasi. Oleh karena itu tidak dapat dipungkiri bahwa humas memiliki peranan dan aktivitas humas dianggap sebagai ujung tombak organisasi yang berhadapan langsung dengan publik. Maka dari itu

diharapkan adanya aktivitas humas dalam mensosialisasikan Griya PMI Surakarta yang baik akan membuat publik lebih mengetahui bahwa PMI Kota Surakarta mempunyai Griya PMI dan bisa mempertahankan eksistensinya sehingga organisasi tersebut melekat dihati dan pikiran masyarakat hingga masyarakat ikut berkontribusi dalam kegiatan-kegiatan PMI dan juga berharap dalam kegiatan humas bisa memupuk jiwa sosial masyarakat untuk membantu sesama yang sedang membutuhkan bantuan.

Maka atas dasar inilah penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Aktivitas Humas Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Surakarta Dalam Mensosialisasikan Griya PMI Surakarta.”

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang dapat menjadi pijakan peneliti adalah:

1. PMI Kota Surakarta menjadi satu-satunya PMI di Indonesia yang memiliki Griya PMI sehingga membutuhkan aktivitas humas yang lebih dari pada PMI yang lainnya
2. PMI lekat dengan donor darah
3. Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai Griya PMI Surakarta Surakarta
4. Tanpa adanya aktivitas *human relations*, *community relations* dan *media relations* membuat masyarakat semakin tidak mengetahui keberadaan Griya PMI



### **C. Batasan Masalah**

Agar Pembatasan Masalah tidak terlalu luas maka penelitian ini dibatasi: “Aktivitas Humas Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Surakarta dalam Mensosialisasikan Griya PMI Surakarta”

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang dikemukakan diatas, maka peneliti selanjutnya menemukan masalah “Bagaimana Aktivitas Humas Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Surakarta dalam Mensosialisasikan Griya PMI Surakarta?”

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana Aktivitas Humas Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Surakarta dalam Mensosialisasikan Griya PMI Surakarta.

### **F. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Akademik**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengalaman kepada peneliti agar menerapkan pengetahuan yang telah didapat selama perkuliahan ketika berhadapan dengan dunia nyata nantinya. Khususnya mengenai aktivitas humas Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Surakarta dalam mensosialisasikan Griya PMI Surakarta.

- b. Hasil dari penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian terkait aktivitas humas dalam mensosialisasikan organisasi sosial.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi organisasi khususnya organisasi sosial mengenai aktivitas humas Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Surakarta dalam mensosialisasikan Griya PMI Surakarta.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Aktivitas Humas**

###### **a. Pengertian Aktivitas**

Aktivitas merupakan suatu perilaku yang dikerjakan secara sungguh-sungguh dan terencana guna mencapai tujuan tertentu. Dalam KBBI, aktivitas diartikan sebagai segala bentuk keaktifan dan kegiatan. Penyelenggara kegiatan itu sendiri bisa berupa badan, instansi pemerintah, lembaga, organisasi bahkan orang pribadi dan dilaksanakan dengan berbagai alasan mulai dari kampanye maupun sosialisasi sebuah kebijakan maupun program yang dijalankan.

Menurut Sriyono (2005:21) aktivitas adalah semua kegiatan yang dilakukan baik jasmani maupun rohani. Sedangkan menurut Anton M. Mulyono (2001:26) aktivitas adalah kegiatan atau keaktifan. Jadi segala sesuatu yang dilakukan atau kegiatan yang terjadi baik jasmani maupun rohani guna mencapai tujuan merupakan suatu aktivitas.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa aktivitas adalah kegiatan, kesibukan atau kerja sama yang dilakukan oleh setiap individu maupun kelompok untuk memperoleh tujuan menjadi lebih baik dari sebelumnya. Aktivitas dalam sebuah organisasi sangat

diperlukan untuk memenuhi tahapan-tahapan agar organisasi yang lebih terarah untuk mencapai hasil yang diinginkan.

## **b. Humas**

### **1) Pengertian Humas**

Pada zaman sekarang ini kita sering mendengar kata “Hubungan Masyarakat/Humas” dengan istilah yang lebih populer “*Public Relations.*” *Public Relations* atau humas sendiri mencakup semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang terkait dengan siapa saja yang berkepentingan dengannya. Bidang *public relations*/humas semakin kuat dan berkembang seiring dengan berkembangnya demokrasi, dimana orang-orang memiliki kebebasan untuk mengeluarkan pendapat dan mengambil berbagai keputusan dalam suatu organisasi/komunitas. Kegiatan humas sebagai mediator untuk menjembatani kepentingan organisasi, lembaga, maupun perusahaan dengan publiknya yang berkaitan dengan *public relations* / humas itu sendiri (Elvinaro, 2014:5).

Humas menurut SK Bonar dalam Suprawoto (2018:41) adalah menjalankan usaha-usaha untuk mencapai hubungan yang harmonis antara organisasi dengan masyarakat sekelilingnya. Sehingga lebih menekankan pada hubungan yang harmonis antara lembaga dengan masyarakat sekeliling organisasi tersebut. Humas harus dapat menjamin adanya saling pengertian dan terus meningkatkan citra organisasi.

Definisi yang tampak tidak berbeda dengan pengertian humas diatas, menurut F. Rachmadi dalam Suprawoto (2018:41) bahwa humas adalah usaha yang sengaja dan terus menerus dalam merencanakan untuk menjaga keberadaan serta memelihara hubungan yang saling pengertian antara organisasi dengan publik.

Adapun Scoot M Cutlip, dkk (2016:6) dalam bukunya *Effective Public Relations* mendefinisikan humas merupakan fungsi manajemen yang membangun dan memelihara hubungan saling menguntungkan antara organisasi dengan masyarakat, yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Oleh karena itu humas banyak dipraktikkan di berbagai organisasi dalam rangka menunjang manajemen untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

Menurut Harlow dalam (Nurjaman & Umam, 2012:108) humas adalah sebuah fungsi manajemen khas yang membantu dalam membangun dan memelihara hubungan antara organisasi dengan publiknya mengenai komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerjasama, melibatkan manajemen masalah, membantu manajemen untuk terus memperoleh informasi dan tanggap terhadap opini publik, mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum, membantu manajemen untuk mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, berfungsi sebagai sistem pengingat dini dalam membantu

mengantisipasi tren, serta memanfaatkan penelitian dan teknik komunikasi etis sebagai alat utamanya. Definisi Harlow ini dinilai sudah paling komprehensif karena menggandung keseluruhan proses, tugas, dan tujuan dari konsep humas serta memposisikan profesi humas sebagai bagian manajemen organisasi.

Menurut Frazier setidaknya ada empat unsur dasar humas yaitu pertama, humas merupakan filsafat manajemen yang bersifat sosial, artinya organisasi humas dibentuk harus memprioritaskan kepentingan masyarakat terlebih dahulu sebagai tujuan. Kedua, humas adalah pernyataan tentang filsafat tersebut dalam keputusan kebijakan, artinya setiap organisasi mempunyai kebijakan sehingga kebijakan agar diikuti dan dilaksanakan harus disampaikan kepada masyarakat. Ketiga, humas adalah tindakan akibat dari kebijaksanaan tersebut, artinya setiap kebijakan pasti ada efeknya sehingga efek kebijakan harus didampai. Keempat, humas merupakan komunikasi dua arah yang menunjang kearah kebijaksanaan ini selanjutnya menjelaskan, mengumumkan, mempertahankan, dan memprosmosikannya kepada masyarakat, sehingga diperoleh disikap saling pengertian dan itikad baik. Dengan adanya umpan balik akan terjadi perbaikan terus menerus terhadap kebijakan yang dibuat (Moore, 2005:6-7).

Dari pendapat-pendapat diatas dapat dirumuskan suatu kesimpulan bahwa humas adalah aktivitas yang sengaja dilakukan

secara terus menerus dan berkesinambungan dari suatu organisasi dalam mengelola komunikasi dengan membangun dan menjaga hubungan saling pengertian dan penerimaan publik sehingga terbentuk hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya.

## **2) Tugas-Tugas Humas**

- a) Menginterpretasikan, menganalisis, dan mengevaluasi kecenderungan perilaku publik

Kecenderungan perilaku publik dikelompokkan dengan baik oleh Frank Jeffkins menjadi empat situasi kecenderungan publik yang dihadapi humas yaitu tidak tahu, apatis, prasangka (buruk), dan memusuhi. Sehingga tugas humas adalah mengubah perilaku publik dari yang tidak tahu menjadi tahu, yang apatis menjadi peduli, publik yang berprasangka buruk menjadi menerima dan yang memusuhi menjadi bersimpati. Mengubah sikap maupun perilaku publik tidak semudah yang dibayangkan karena sama saja mengubah pandangan, sikap dan perilaku publik terhadap organisasi. Namun sebagai seorang humas harus mengupayakan terjadinya perubahan sikap dan perilaku publik secara positif.

- b) Mempertemukan kepentingan organisasi dengan publik

Kepentingan organisasi/organisasi kadang-kadang berbeda dengan kepentingan publik atau sebaliknya. Tugas humas adalah

menyatukan berbagai kepentingan organisasi dengan publik sehingga tercipta sikap saling pengertian, memahami, menghormati untuk mencapai tujuan dari berbagai pihak.

- c) Mengevaluasi program institusi berkaitan dengan kepentingan publik

Dalam hal ini, humas mempunyai tugas dan wewenang keatas dan kebawah. Keatas yaitu memberikan nasihat, saran, masukan pada pimpinan terkait pembuatan keputusan yang berkaitan dengan kebijakan publik. Sedangkan kebawah yaitu mengevaluasi dan memonitor aspirasi karyawan dan opini publik, sikap dan berbagai peristiwa terkait dengan situasi dan kondisi dengan publik eksternal secara luas (Suryanto, 2015:425-427).

### **3) Tujuan Humas**

Tujuan utama Humas adalah untuk mempengaruhi publiknya dan melihat sejauh mana publik mengenal dan mengetahui kegiatan organisasi yang diwakilinya, sehingga organisasi menjadi dikenal dan disukai publiknya/menumbuhkan citra positif.

Menurut Rachmat Kriyantono dalam Suprawoto (Suprawoto, 2018:56), tujuan humas antara lain:

- a) Menciptakan pemahaman (*mutual understanding*) antara organisasi dengan publiknya



Tujuan utama humas adalah menciptakan sikap saling pengertian antara organisasi dengan publiknya. Sehingga humas harus menyebarkan informasi untuk mencegah kesalahan informasi baik bagi publik internal maupun eksternal.

b) Membangun citra korporat

Citra atau image merupakan gambaran/persepsi yang ada pada benak publik tentang organisasi. Persepsi akan mempengaruhi sikap publik sehingga akan mendukung, netral atau menolak pada setiap kebijakan yang akan, sedang atau telah diambil.

c) Membangun opini publik yang positif

Opini publik adalah ekspresi publik mengenai persepsi dan sikap terhadap organisasi. Sehingga humas harus memelihara komunikasi persuasif dan mampu untuk menjaga opini publik yang telah mendukung, menciptakan opini yang belum diekspresikan, menetralkan opini yang negatif.

d) Membentuk *good will* dan kerjasama

Dalam hal ini artinya bahwa publik sudah ikut terlibat atau berkerjasama dengan program-program organisasi.

Sedangkan menurut Rosady Ruslan dalam buku Nurjaman dan Umam (2012:113), tujuan humas yaitu:

- a) Menumbuhkan citra organisasi yang positif untuk publik eksternal dan konsumen,
- b) Mendorong tercapainya sikap saling pengertian antara publik sasaran dengan organisasi,
- c) Mengembangkan sinergi fungsi pemasaran dengan *public relations*,
- d) Efektif dalam membangun pengenalan merek dan pengetahuan tentang merek,
- e) Mendukung pemasaran

Dengan tujuan-tujuan tersebut tentunya seorang humas dituntut untuk lebih profesional dan tidak terlepas dari tujuan utamanya yaitu menciptakan citra yang positif, memelihara citra yang positif, dan meningkatkan citra positif di mata publik.

#### **4) Fungsi Humas**

Humas dalam mencapai tujuannya, memiliki banyak fungsi. Fungsi-fungsi tersebut sangat penting bagi organisasi yang diwakilinya. Secara garis besar fungsi humas adalah menumbuhkan hubungan baik dengan seluruh komponen pada suatu organisasi dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi. Humas mempunyai fungsi timbal balik, baik kedalam maupun keluar. Ke luar harus

menumbuhkan sikap dan gambaran yang positif terhadap semua tindakan dan kebijakan organisasi. Sedangkan ke dalam, harus selalu berusaha mengenali, mengidentifikasi hal-hal yang dapat menimbulkan sikap dan gambaran masyarakat sebelum tindakan atau kebijakan dijalankan. Fungsi humas antara lain:

- a) Kegiatan yang bertujuan memperoleh itikad baik, kepercayaan, saling pengertian, dan citra yang baik dari publik,
- b) Memiliki sasaran untuk menciptakan opini publik yang bisa diterima dan menguntungkan semua pihak,
- c) Unsur penting dalam manajemen untuk mencapai tujuan, sesuai harapan publik, tetapi merupakan kekhasan organisasi. Organisasi memiliki warna, budaya, citra, suasana yang kondusif dan menyenangkan sehingga kinerja meningkat dan bisa dicapai secara optimal,
- d) Usaha menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya sekaligus menciptakan opini publik tentang organisasi yang bersangkutan (Nurjaman & Umam, 2012:115).

Sejalan dengan itu juga, Rachmat Kriyanto mengemukakan tiga fungsi humas yaitu:

- a) Memelihara komunikasi yang harmonis antara organisasi dengan publiknya (*maintain good communication*).
- b) Melayani kepentingan publik dengan baik (*serve public's interest*).

- c) Memelihara perilaku dan moralitas organisasi dengan baik(*maintain good morals & manners*) (Suprawoto, 2018:66).

### **c. Humas dalam Organisasi**

Organisasi merupakan suatu sistem, mengoordinasi aktivitas dan mencapai tujuan bersama. Organisasi adalah sebuah kesatuan yang utuh dan kompleks, di dalamnya terdapat berbagai elemen sistem yang saling berhubungan sehingga memerlukan interaksi agar organisasi sebagai sistem untuk mencapai tujuan (Mukarom & Laksana, 2015:131). Humas memiliki posisi yang sangat penting dalam sebuah organisasi, terutama organisasi yang sering berinteraksi dengan masyarakat luas, humas menentukan kesan positif sebuah organisasi di mata masyarakat dan hubungan dengan masyarakat akan menentukan cara organisasi bersosialisasi di tengah-tengah masyarakat. Humas juga berperan dalam membangun hubungan komunikasi antara organisasi dengan masyarakat luas. Dengan cara memberi tahu, memengaruhi, dan mengubah pengetahuan, sikap, dan perilaku publik.

#### **1) Peran Humas dalam Organisasi**

Menurut Dozier dan Broom, sebagaimana dikutip Rosady Ruslan (2014:20-21) peranan humas dalam suatu organisasi dibagi menjadi empat kategori yaitu:

##### **a) Penasihat Ahli**

Seorang humas harus bertindak untuk membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan

dengan publiknya. Hubungan praktisi pakar humas dengan manajemen organisasi seperti hubungan antara dokter dengan pasiennya. Artinya, pihak manajemen bertindak pasif untuk menerima atau mempercayai apa yang telah disarankan humas dalam memecahkan dan mengatasi masalah humas yang sedang dihadapi oleh organisasi bersangkutan.

b) Fasilitator Komunikasi

Dalam hal ini, humas bertindak sebagai komunikator dan mediator apabila organisasi akan berhubungan dengan publiknya terutama dalam hal mendengarkan segala aspirasi publiknya. Humas juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada publiknya. Dengan komunikasi timbal balik dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik antara kedua belah pihak.

c) Fasilitator Proses Pemecahan Masalah

Peranan humas dalam proses pemecahan persoalan humas merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat hingga pengambilan keputusan dalam mengatasi persoalan yang tengah dihadapi secara rasional dan professional.

d) Teknisi Komunikasi

Peranan teknisi komunikasi ini menjadikan humas sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *method of communication in organization*. Sistem komunikasi dalam organisasi tergantung dari tingkat pimpinan dengan bawahan dan akan berbeda jika dari bawahan ke tingkat atasan.

**5) Kedudukan Humas dalam Organisasi**

Kedudukan humas adalah menilai sikap publik agar tercipta keserasian antara masyarakat dan kebijaksanaan organisasi. Sebab mulai dari aktivitas, program humas, tujuan hingga sasaran yang hendak dicapai oleh organisasi tersebut tidak terlepas dari dukungan, kontribusi, kepercayaan, serta citra positif dari publik. Secara struktural, fungsi humas dalam organisasi merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari organisasi. Fungsi kehumasan dapat berhasil secara optimal apabila berada langsung di bawah pimpinan atau mempunyai hubungan langsung dengan pemimpin tertinggi dalam pengambilan keputusan pada organisasi.

**6) Eksistensi Humas dalam Organisasi Sosial**

Peran humas sangat penting dalam suatu organisasi, tidak terkecuali organisasi sosial. Organisasi sosial merupakan organisasi yang bertujuan tidak mencari keuntungan (nonprofit). Sebagai sebuah organisasi, organisasi sosial juga membutuhkan adanya

humas dalam kegiatannya. Hal ini dikarenakan organisasi sosial juga memiliki publik yang perlu untuk mengetahui kebijakan dan program-program organisasi, serta organisasi memerlukan dukungan publiknya. Humas memainkan peran penting dalam membantu organisasi sosial (nonprofit) mencari dukungan atas misinya dan dalam berkomunikasi dengan publik. Perlunya organisasi nonprofit melakukan komunikasi dengan anggotanya dan para donator adalah untuk menjaga hubungan baik. Seperti Palang Merah Indonesia (PMI) yang merupakan organisasi nonprofit yang kegiatannya membutuhkan aktivitas humas untuk menjalin hubungan dengan donatur dan masyarakat luas agar organisasi ini mendapat dukungan. Untuk mendapatkan dukungan inilah, humas harus terus membina hubungan baik dengan para donatur, masyarakat dan pihak-pihak yang menaruh perhatian pada organisasi.

#### **7) Tujuan Humas dalam Organisasi Sosial/Nonprofit**

Tujuan humas dalam organisasi nonprofit (Cutlip dkk, 2016:507) adalah sebagai berikut:

- a) Mendefinisikan atau memberi "*brand*" organisasi, menciptakan pemahaman masyarakat demi mencapai misi dan melindungi reputasi organisasi
- b) Mengembangkan saluran komunikasi yang tepat antara organisasi dengan publiknya

- c) Menciptakan dan memelihara iklim yang baik untuk mengumpulkan dana
- d) Mendukung pengembangan dan pemeliharaan kebijakan publik yang berkaitan dengan misi organisasi
- e) Memberi informasi dan motivasi kepada publik dalam mendukung misi, tujuan, dan sasaran organisasi.

#### **8) Tantangan Humas dalam Organisasi Sosial/Nonprofit**

Seperti halnya humas organisasi profit, PR pada organisasi nonprofit juga menghadapi tantangan dalam pekerjaannya (Saputro, 2012:388) antara lain:

- a) mendapatkan pengakuan masyarakat dalam lingkungan persaingan yang ketat
- b) Persaingan memperoleh sumber daya
- c) Menahan krisis dan skandal
- d) Mengelola publik yang beranekaragam
- e) Menyelaraskan pencapaian yang beranekaragam
- f) Membangun *brand* dagang dan identitas.

Terdapat faktor-faktor yang menentukan kesuksesan humas dalam organisasi nonprofit (Saputro, 2012:388) antara lain:

- a) Fokus pada misi organisasi
- b) PR internal yang kuat
- c) PR eksternal yang mempersatukan
- d) Pesan sederhana



- e) Partisipasi aktif dari anggota dewan pengurus.
- f) dukungan publik.

Humas membantu menciptakan lingkungan kebijakan publik, partisipasi sukarela, dan dukungan filantropis yang penting bagi kelangsungan hidup organisasi sosial/nonprofit.

#### **d. Aktivitas Hubungan Masyarakat (Humas)**

Bidang humas sangat luas dan menyangkut hubungan dengan berbagai pihak. Humas bukan hanya sekadar hubungan (*relation*), juga bukan sekadar menjual senyum, propaganda yang bertujuan memperoleh kemenangan sendiri, atau mendekati media (*pers*) dengan tujuan memperoleh suatu pemberitaan. Lebih dari itu, konsep humas harus direncanakan. Humas pada dasarnya merupakan aktivitas menciptakan hubungan antara organisasi dengan publiknya. Proses tersebut memerlukan aktivitas yang terus menerus.

Dalam suatu organisasi, humas sangat dibutuhkan untuk mengkomunikasikan informasi antara organisasi dengan publiknya secara terencana. Dengan kata lain aktivitas tersebut melibatkan adanya dialog antara organisasi dengan publiknya. Tujuan dari aktivitas humas utamanya mengarah pada cara menjalin hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya. Hasil yang diharapkan adalah terciptanya citra positif, kemauan baik, saling menghargai, saling pengertian toleransi antara kedua belah pihak.

Sedangkan menurut Firsan Nova (2011:49) aktivitas humas adalah kegiatan yang dilakukan humas untuk menciptakan opini publik dan perubahan sikap dari masyarakat.

Pada dasarnya aktivitas humas (Ruslan, 2005:120) meliputi kegiatan mulai dari membenahan organisasi itu sendiri (*The PR begins at home*), hingga kegiatan yang bersifat membangun atau menciptakan citra perusahaan (*image building and creativity*) dan hubungan yang positif dimata publik. Menurut Ruslan (2005:26) peran komunikasi dalam suatu aktivitas manajemen perusahaan atau organisasi biasanya dilakukan oleh humas. Dengan peranan yang dilakukan tersebut, humas akan melakukan fungsi-fungsi manajemen organisasi yang secara garis besar aktivitas utamanya berperan sebagai, antara lain:

*a) Communicator*

Kemampuan humas untuk menjadi kominator yang baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak, elektronik, lisan maupun tatap muka dan lain sebagainya.

*b) Relationship*

Kemampuan humas untuk membangun hubungan yang positif antara organisasi yang diwakilinya dengan publik baik publik internal maupun eksternal. Selain itu berupaya untuk menciptakan hubungan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, toleransi dan kerjasama antara kedua belah pihak.

c) *Back Up Management*

Melaksanakan dukungan manajemen dan menunjang kegiatan lain seperti promosi, sosialisasi, pemasaran, operasional dan lain sebagainya guna mencapai tujuan organisasi.

d) *Good Image Maker*

Menciptakan citra dan publikasi positif merupakan sebuah prestasi bagi organisasi dan sekaligus menjadi tujuan bagi aktivitas humas, dan melaksanakan manajemen kehumasan yaitu membangun citra, produk maupun program yang diwakilinya. Dengan kemampuan-kemampuan yang dimilikinya diharapkan humas tidak hanya membangun citra atau identitas organisasi tetapi juga mampu menghadapi krisis termasuk menghadapi keluhan-keluhan dari publik. Menurut Rosady Ruslan (2005:1) aktivitas humas adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two way communications*) antara organisasi dengan publik yang bertujuan untuk menciptakan sikap saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan, kebijakan, kegiatan produksi barang maupun pelayanan jasa untuk kemajuan organisasi atau citra positif bagi organisasi.

Berdasarkan pendapat diatas disimpulkan bahwa aktivitas humas merupakan kegiatan yang dilakukan humas dalam rangka menjalin hubungan dan membentuk opini publik agar tercipta sikap saling pengertian antara organisasi dengan publiknya.

## 1) **Klasifikasi Hubungan dengan Publik Sasaran**

Publik sasaran dari aktivitas humas terbagi menjadi dua jenis kelompok besar yaitu publik internal maupun publik eksternal untuk mensosialisasikan organisasi yang diwakilinya. Publik internal, meliputi: hubungan dengan karyawan (*employee relations*), hubungan dengan pemegang saham (*stakeholder relations*), hubungan dengan manusia (*human relations*) sedangkan publik eksternal, meliputi: pelanggan (*customers*), khalayak sekitar (*community*), instansi pemerintah (*government*), media (*pers*) (Effendy, 1998:106-123).

### a) Hubungan Publik Internal

#### (1) Hubungan dengan karyawan (*employee relations*)

Humas bukan hanya duduk dikantor saja, melainkan harus berkomunikasi langsung dengan pimpinan organisasi dengan para karyawan sehingga tercipta hubungan yang harmonis dan iklim berkerja yang kondusif. Hal ini dilakukan dengan upaya membina hubungan yang sudah baik dan upaya mencegah terjadinya perpecahan. Komunikasi dapat dilakukan oleh humas baik secara lisan maupun melalui media secara formal maupun non formal yang berlangsung secara timbal balik. Sehubungan dengan fungsi humas itulah diperlukannya seorang humas yang cekatan dan terampil mengingat betapa pentingnya

komunikasi, humas di satu pihak dapat menjadi mediator untuk menyalurkan perasaan para karyawan kepada pimpinan, di lain pihak sebagai motivator untuk membangkitkan semangat kerja. Jika sudah terbina dengan baik maka pekerjaan akan lancar dan kepercayaan dari mereka dapat diperlihara dan dibina.

(2) Hubungan dengan pemegang saham (*stakeholder relations*)

Dalam hubungan dengan modal, pemegang saham tidak dapat dikesampingkan dalam membina dan memajukan organisasinya, karena banyaknya pemegang saham dan besarnya saham menentukan perkembangan perusahaan. Tanpa adanya pemegang saham, suatu organisasi/perusahaan tidak akan berjalan dengan lancar. Oleh karena itu, hubungan dengan pemegang saham harus selalu dijalin untuk menumbuhkan kepercayaan mereka kepada perusahaan.

Contoh komunikasi dalam rangka menjalin hubungan dengan pemegang saham seperti menyatakan selamat kepada pemegang saham baru, menyampaikan laporan tahunan, mengundang pemegang saham untuk hadir dalam acara perusahaan, dan lain sebagainya. Yang terpenting adalah bahwa para pemegang saham sebagai penanam modal perlu selalu menjalin komunikasi dan diberi informasi.

### (3) Hubungan dengan manusia (*human relations*)

Memelihara hubungan antara sesama anggota dalam organisasi secara informal, sebagai makhluk sosial. *Human relations* bukan hanya sekedar hubungan antara manusia, lebih dari itu adanya keterikatan secara psikologis. Ciri hakiki *human relations* bukan “*human*” dalam pengertian wujud manusia (*human being*) melainkan dalam makna proses rohaniah yang tertuju pada kebahagiaan. *Human relations* adalah unsur-unsur rohaniah yang meliputi: sifat, watak, tingkah laku, serta aspek-aspek kejiwaan lainnya yang ada didalam diri manusia menuju kepuasan dan kebahagiaan (Widjaja, 2008:163).

#### b) Hubungan Publik Eksternal

##### (1) Hubungan dengan pelanggan (*customers relations*)

Bagi suatu perusahaan pelanggan merupakan faktor penting, hal ini dikarenakan kesuksesan sebuah organisasi/perusahaan ditandai dengan mendapatkan pelanggan bahkan kebangkrutan perusahaan faktor utama disebabkan oleh pelanggan. Suatu perusahaan akan sukses apabila mempunyai pelanggan tetap, hal inilah yang harus dipertahankan jangan sampai berpindah perhatiannya dan menjadi pelanggan perusahaan lain selain itu perusahaan harus selalu berusaha agar konsumen yang baru satu dua

kali membeli dan tertarik perhatiannya serta mencoba kemudian digerakan untuk menjadi pelanggan dengan melakukan komunikasi baik melalui media massa maupun media nirmasa atau bentuk-bentu komunikasi lainnya.

(2) Hubungan dengan komunitas (*community relations*)

Menurut Wilbur J Bill dalam karyanya “*Community Relations*” yang dikutip Effendy (1998:114) mendefinisikan *community relations* sebagai fungsi hubungan masyarakat, suatu lembaga yang terencana, aktif dan bersinambung didalam suatu komunitas untuk memelihara serta membina lingkunganya demi keuntungan kedua belah pihak yaitu organisasi dan komunitas.

Komunitas sekitar organisasi merupakan orang-orang yang bertempat tinggal di sekitar kompleks organisasi terdiri kelompok-kelompok dan kelompok-kelompok yang berjenis-jenis ini masing-masing terdiri atas individu yang bermacam-macam kepentingannya. Pihak organisasi harus melakukan komunikasi dengan khalayak sekitar tempat organisasi agar tercipta hubungan baik antar keduanya untuk menunjukkan bahwa organisasi beserta para karyawannya peduli terhadap masyarakat sekitar.

(3) Hubungan dengan pemerintah (*government relations*)

Sebuah organisasi akan pasti mempunyai hubungan dengan instansi-instansi pemerintah, seperti Kotamadya, Kabupaten, Kecamatan, Kantor Pajak, dan lain sebagainya. Komunikasi dengan instansi-instansi pemerintahan tersebut dalam rangka membina *good will* dan hubungan harmonis.

(4) Hubungan dengan pers (*media relations*)

Pada zaman modern saat ini, peranan media begitu dahsyat dalam penyebaran informasi, kegiatan humas tidak akan berhasil tanpa adanya dukungan dari media. Membina dan memelihara hubungan dengan media penting dilakukan agar media mau mempublikasikan berita-berita baik tentang perusahaan/organisasi. *Pers* disini meliputi semua media massa, seperti koran, radio, televisi, dan lain sebagainya. Bagi humas suatu organisasi, media massa merupakan “tangan panjang” untuk menjangkau publik yang tersebar dalam wilayah yang begitu luas.

*Media relations* mengandung makna bahwa terbinanya hubungan humas dengan orang-orang media, seperti redaktur surat kabar dan majalah, wartawan, maupun reporter. Humas perlu membina hubungan yang akrab dengan pihak media agar segala sesuatu yang menyangkut penyebaran informasi kepada publik eksternal berjalan



baik. Selain itu, apabila terdapat suatu informasi yang merugikan organisasi, ada kemungkinan wartawan yang memperoleh informasi tersebut, sebelum memberitakan terlebih dahulu mengkonfirmasi pada humas mengenai kebenarannya atau apabila ada berita negatif pihak humas bisa langsung mengadakan *press conference* dengan media untuk mengklarifikasi berita tersebut.

## **2) Bentuk Kegiatan Humas**

Ada beberapa bentuk kegiatan yang biasanya dilakukan humas kepada publiknya baik publik internal maupun publik eksternal

### **a) Kegiatan humas untuk publik internal**

Kegiatan ini bertujuan untuk menjalin dan memelihara hubungan antara sesama pegawai maupun atasan atau sebaliknya melalui media komunikasi yang dilakukan pihak humas (Anggoro, 2002:212). Bentuk media tersebut antara lain:

- (1) Jurnal Internal merupakan publikasi yang di distribusikan kepada para anggota maupun khalayak pendukung organisasi, misalnya majalah, koran, news letter, dll
- (2) Papan Pengumuman
- (3) Kaset video
- (4) Stasiun radio sendiri

- (5) Jaringan telepon internal
- (6) Kotak saran
- (7) Intensif bicara
- (8) Siaran umum
- (9) Obrolan langsung
- (10) Dewan pekerja
- (11) Presentasi video atau slide
- (12) Literature pengenalan atau informasi
- (13) Berbagai macam naskah, materi yang isinya riwayat
- (14) Singkat perusahaan, kegiatan, cara kerja, fungsi yang dijalankan
- (15) perusahaan lengkap dengan bagan, struktur manajemen dan aneka hal
- (16) Konferensi staff atau rapat dinas
- (17) Inspeksi pemimpin
- (18) Tur staff yaitu para pegawai dari setiap bagian diberi kesempatan mengunjungi rekan-rekannya di unit lain.
- (19) Acara kekeluargaan
- (20) Pameran dan peragaan
- (21) Klub sosial

b) Kegiatan humas untuk publik eksternal

Terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan humas untuk memberikan informasi kepada masyarakat agar

memperoleh dukungan dan kepercayaan publik eksternal, antara lain: (Anggoro, 2002:174)

(1) Jurnal eksternal

Terbitan mengenai perusahaan yang dibagikan kepada pihak luar dan di rancang penuh strategi sehingga dapat menjangkau khalayak yang tuju.

(2) Media audiovisual

Media yang bercakupan terbatas yang dimiliki dan sepenuhnya dikendalikan oleh pihak tertentu yang ditujukan kepada khalayak yang terbatas.

(3) Literature edukatif

(4) Komunikasi lisan

(5) Pameran

Hal ini berfungsi untuk memperkenalkan suatu produk kepada masyarakat agar mereka tertarik dan kemudian membelinya.

(6) Seminar dan konferensi

(7) Sponsor

(8) Media relations

Media relations bertujuan untuk menjaga, menjalin, serta menyebarkan informasi mengenai organisasi kepada publik. Dengan menjalin hubungan dengan media massa seperti media cetak maupun elektronik. Dan juga bisa

mempublikasikan dirinya melalui media sosial maupun media promosi lainnya.

(9) *Coorporate Social Responsibility (CSR)*

CSR merupakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat atau komunitas yang ada di lingkungan luar sekitar perusahaan berupa kegiatan sosial dengan membantu kesehatan, kesejahteraan, pendidikan, dan lain sebagainya. CRS biasanya berupa kegiatan bakti sosial, pengobatan gratis, jalan sehat, dan lain sebagainya.

## **2. Sosialisasi**

### **a. Pengertian Sosialisasi**

Sosialisasi merupakan sebuah proses penanaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan atau norma dari satu generasi ke generasi lainnya dalam sebuah kelompok atau masyarakat. Sosialisasi sebagai proses pemberitahuan, pengumuman secara besar-besaran, memberitahukan kepada publik mengenai hal yang penting dan sesuatu yang harus segera diketahui publik.

Sosialisasi merupakan penanaman atau proses belajar mengenai kebiasaan-kebiasaan (nilai dan norma) yang ada dalam suatu kelompok atau masyarakat. Soerjono Soekanto menyebutkan bahwa dalam setiap masyarakat akan selalu ada suatu proses seorang anggota masyarakat yang baru mempelajari nilai, norma

dan budaya masyarakat dimana ia tinggal. Sedangkan menurut David A Goslin sosialisasi sebagai proses belajar seseorang untuk memperoleh pengetahuan tentang nilai dan norma-norma agar dapat berpartisipasi sebagai anggota kelompok masyarakat (Maryati & Suryawati, 2013:128).

Menurut Koentjaraningrat dalam Maryati (2013:128) sosialisasi diartikan sebagai proses belajar kebudayaan dalam hubungan dengan sistem sosial, seorang individu dan masa anak-anak hingga masa tuanya belajar mengenai pola-pola tindakan dalam interaksi dengan segala bentuk individu di lingkungan masyarakat.

Berdasarkan beberapa pengertian mengenai sosialisasi di atas pada dasarnya sosialisasi merupakan suatu usaha yang dilakukan seseorang, masyarakat maupun lembaga dalam rangka proses pengenalan atau penyebaran informasi mengenai suatu hal sehingga dapat mempengaruhi sikap untuk berperilaku sesuai dengan adat maupun norma yang berlaku dalam suatu kelompok atau masyarakat.

#### **b. Proses dan Tujuan Sosialisasi**

Sosialisasi adalah proses yang diikuti secara aktif oleh dua pihak, pihak pertama adalah pihak yang mensosialisasikan dan pihak kedua adalah pihak yang disosialisasi (Wulandari, 2017:41). Proses sosialisasi berlangsung melalui media sosialisasi yang

diibaratkan sebagai sebuah saluran yang mentransmisikan nilai, norma maupun pengetahuan dari pihak yang mensosialisasikan kepada pihak yang disosialisasikan. Dalam proses sosialisasi terjadi proses belajar seseorang individu sehingga terjadi perubahan dari seseorang yang tidak tahu mengenai diri dan lingkungan akan menjadi lebih tahu dan memahami.

Proses sosialisasi akan selalu terjadi dalam suatu kelompok, baik itu kelompok besar maupun kelompok kecil. Sosialisasi dimanfaatkan sebuah organisasi karena dalam proses sosialisasi terjadi perubahan diri individu yang semula di belum mengetahui organisasi atau diluar organisasi agar mampu berpartisipasi secara aktif dalam menjalankan tujuan organisasi. Sehingga dalam hal ini, sosialisasi dapat digunakan untuk mengkomunikasikan semua hal terkait dengan aktivitas, tujuan, dan hal-hal lain yang menyangkut organisasi.

Meskipun sosialisasi dalam berbagai lembaga, kelompok maupun masyarakat berbeda-beda namun tujuan sosialisasi memiliki kesamaan (Maryati & Suryawati, 2013:143), antara lain:

- 1) Membekali seseorang dengan keterampilan tertentu yang dibutuhkan masyarakat
- 2) Mengembangkan kemampuan berkomunikasi secara efektif
- 3) Mengendalikan fungsi-fungsi organik melalui latihan mawas diri yang tepat

- 4) Membiasakan diri berperilaku sesuai dengan nilai-nilai yang ada di masyarakat pada umumnya.

**c. Media Sosialisasi**

Media sosialisasi sangat berperan dalam pembentukan kepribadian individu. Dalam setiap tahap perkembangan individu, media/agen sosialisasi akan berbeda-beda (Maryati & Suryawati, 2013:50), antara lain:

1. Orang tua atau keluarga

Keluarga mempunyai peran penting dalam perkembangan seorang anak dikarenakan keluarga menjadi media awal dari suatu proses sosialisasi. Dalam keluarga terjadi sosialisasi primer yang akan berpengaruh dalam diri individu sehingga pengaruh itu akan tertanam dalam diri individu.

2. Kelompok bermain

Pada usia anak-anak kelompok bermain mencakup teman-teman, tetangga, keluarga, dan kerabat. Pada usia remaja, kelompok bermain akan berkembang menjadi kelompok yang lebih luas. Dengan bermain, individu akan mulai mengenal nilai-nilai keadilan, kebenaran, toleransi serta solidaritas antara sesama.

### 3. Sekolah

Dilingkungan sekolah, seorang individu akan mempelajari hal-hal baru yang belum pernah mereka temukan baik dalam lingkungan keluarga maupun kelompok bermain. Dalam sekolah tidak hanya akan mengajarkan mengenai pengetahuan umum namun sekolah juga mengajarkan bagaimana mengembangkan diri, mendisiplinkan diri dan hal-hal lainnya yang dianggap perlu untuk meraih kesuksesan.

### 4. Media massa

Di tengah masyarakat, media massa mempunyai peran penting dalam proses sosialisasi baik media cetak maupun media elektronik. Media masaa merupakan alat yang efektif dalam menyampaikan suatu pesan yang dapat menjangkau sebagian besar masyarakat.

#### **d. Bentuk-Bentuk Sosialisasi**

Menurut Peter L. Berger dan Luckman (Maryati & Suryawati, 2013:50) menjelaskan bahwa sosialisasi dapat dibagi menjadi dua bentuk yaitu sosialisasi primer dan sosialisasi sekunder.

##### 1) Sosialisasi Primer

Sosialisasi primer merupakan sosialisasi pada tahap awal kehidupan seseorang sebagai manusia yang terjadi pada masa pertumbuhan yakni dengan cara mengucapkan kalimat, cara bersikap, dan lain sebagainya. Menurut Berger dan Luckman



sosialisasi primer sebagai sosialisasi pertama yang di tempuh individu saat kecil ketika belajar menjadi anggota masyarakat. Pada masa ini agen sosialisasi utamanya adalah keluarga, sebagai agensi sosialisasi kelompok primer berusaha menjaga agar norma dan sosial yang dianut bersama dapat membentuk sikap dan perilaku anggota kelompok seperti masyarakat.

## 2) Sosialisasi Sekunder

Dalam tahap ini dikenal adanya proses, desosialisasi yaitu proses pencabutan identitas diri yang lama dan dilanjutkan dengan resosialisasi, yaitu pemberian identitas baru yang terjadi melalui interaksi sosial. Sosialisasi sekunder merupakan proses selanjutnya yang memperkenalkan individu ke dalam lingkungan di luar keluarganya, misalnya lingkungan masyarakat, sekolah, lingkungan bermain, dan lingkungan kerja.

## 3. Palang Merah Indonesia (PMI)

### a. Pengertian Palang Merah Indonesia (PMI)

Palang Merah Indonesia (PMI) merupakan sebuah organisasi yang bergerak dibidang sosial kemanusiaan dan merupakan lembaga non profit yang berkerja secara sukarela. Organisasi sosial/nonprofit merupakan organisasi yang bertujuan mencari perhatian publik dan tidak berdasarkan pada sektor komersial. Organisasi nonprofit menghasilkan penerimaan dari tiga sumber utama yaitu sumbangan amal privat (hadiah dari individu,

perusahaan dan yayasan), dukungan atau bantuan dari pemerintah, dan biaya dan pembayaran privat (dari penjualan jasa atau produk kepada konsumen).

Cutlip, Center, dan Broom dalam bukunya *Effective Public Relations* (2016:502) merumuskan lima ciri unik organisasi non profit sebagai berikut:

- 1) Terorganisasi dalam lembaga yang profesional
- 2) Privat, organisasi non profit secara institusional terpisah dari pemerintah, yang berarti organisasi non profit bukan agen pemerintah atau bukan organisasi yang dikontrol pemerintah, bahkan jika menerima dana dari pemerintah.
- 3) Tidak mencari keuntungan untuk kepentingan pribadi
- 4) Mengatur dan mengawasi dirinya sendiri.
- 5) Sukarela

PMI merupakan organisasi yang bersifat independen bertujuan mengurangi beban penderitaan manusia yang disebabkan bencana alam, bencana sosial, wabah penyakit dan lain sebagainya. PMI merupakan suatu organisasi yang berada dibawah perlindungan pemerintah. Organisasi PMI berada pada tingkat Internasional, Nasional, Provinsi, Kabupaten/Kota hingga sampai Kecamatan.

#### **b. Tugas Palang Merah Indonesia (PMI)**

Dalam Undang-Undang No 1 Tahun 2018 pada Bab 5 Pasal 22 dijelaskan tugas PMI antara lain:

- 1) Memberikan bantuan kepada korban konflik bersenjata, kerusuhan, dan gangguan keamanan lainnya.
- 2) Memberikan pelayanan darah sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.
- 3) Melakukan pembinaan relawan
- 4) Melaksanakan pendidikan dan pelatihan yang berkaitan dengan kepalangmerahan
- 5) Menyebarluaskan informasi yang berkaitan dengan kegiatan kepalangmerahan
- 6) Membantu dalam penanganan musibah dan/atau bencana di dalam dan luar negeri
- 7) Membantu pemberi pelayanan kesehatan dan sosial
- 8) Melaksanakan tugas kemanusiaan lainnya yang diberikan oleh pemerintah.

**c. Tujuan Strategis Palang Merah Indonesia (PMI)**

Tujuan Strategis PMI dilansir dari website PMI ([www.pmi.or.id](http://www.pmi.or.id)) antara lain:

- 1) Mewujudkan PMI yang berfungsi baik diberbagai tingkatan, baik dalam pelaksanaan kebijakan, peraturan organisasi, sistem dan prosedur yang ditetapkan.
- 2) Meningkatkan kapasitas sumber daya organisasi PMI diberbagai tingkatan, baik sumber daya manusia dan sarana

prasarana yang diperlukan dalam operasi penanganan bencana di seluruh wilayah Indonesia.

- 3) Meningkatkan ketahanan masyarakat untuk mengurangi resiko dan dampak bencana serta penyakit.
- 4) Meningkatkan pelayanan darah yang memadai, aman dan berkualitas di seluruh Indonesia.
- 5) Memperkuat hubungan kerjasama dengan pemerintah pusat dan daerah dalam rangka menjalankan perintah dan fungsi PMI di bidang kemanusiaan.
- 6) Meningkatkan kemitraan yang berkesinambungan dengan sector publik, swasta, mitra gerakan, lembaga donor dan pemangku kepentingan lainnya di semua tingkatan dan melayani masyarakat.
- 7) Meningkatkan akuntabilitas PMI sebagai organisasi kemanusiaan di tingkat Nasional maupun Internasional.
- 8) Meningkatkan pemahaman seluruh elemen masyarakat tentang nilai-nilai kemanusiaan, prinsip-prinsip dasar Gerakan Internasional Palang Merah/Bulan Sabit Merah serta Hukum Perikemanusiaan Internasional melalui upaya komunikasi, edukasi dan diseminasi.

#### **d. Prinsip Dasar Gerakan Palang Merah**

##### 1) Kemanusiaan

Gerakan Palang Merah dan Bulan Sabit Merah (Gerakan) lahir dari keinginan untuk memberikan pertolongan kepada korban perang, mencegah, dan mengurangi penderitaan manusia dimana pun dengan tanpa membeda-bedakan. Tujuannya adalah untuk melindungi jiwa dan kesehatan serta menjamin penghargaan bagi manusia dengan mengedepankan sikap saling pengertian, persahabatan, kerjasama dan perdamaian abadi di antara sesama umat manusia.

##### 2) Kesamaan

Prinsip yang menekankan kegiatan kemanusiaan menyamakan dan tidak membedakan atas dasar kebangsaan, ras, agama, status maupun politik. Tujuannya meringankan penderitaan individu dan hanya membedakan korban menurut keadaan kesehatannya sehingga yang paling utama diberikan kepada korban yang keperluannya paling mendesak.

##### 3) Kenetralan

Prinsip ini menekankan kegiatan kemanusiaan dalam rangka menjaga kepercayaan semua pihak dengan tidak berpihak di dalam perselisihan atau terlibat dalam kontroversi yang bersifat politis, rasial, keagamaan, atau ideologis.

4) Kemandirian

Prinsip ini menekankan kegiatan kemanusiaan yang mandiri. Perhimpunan Nasional yang melaksanakan jasa-jasa kemanusiaan dan membantu Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah serta tunduk pada hukum nasional dinegaranya, dan selalu mempertahankan kemandiriannya, sehingga setiap saat dapat bertindak sesuai dengan prinsip-prinsip gerakan.

5) Kesukarelaan

Prinsip ini menekankan kegiatan kemanusiaan yang bersifat sukarela dan tidak berniat untuk mencari keuntungan.

6) Kesatuan

Yang dimaksud prinsip kesatuan adalah hanya dapat didirikan satu perhimpunan palang merah atau bulan sabit merah nasional di dalam suatu negara.

7) Kesemestaan

Yang dimaksud prinsip kesemestaan adalah anggota-anggota gerakan kegiatan kemanusiaan diakui dan hadir diseluruh negara. Setiap Perhimpunan Nasional mempunyai status yang sama serta memiliki hak dan tanggung jawab yang sama dalam membantu satu sama lain.

Jadi terlihat jelas bahwa ketujuh prinsip tersebut menjadi hal pokok dalam memberikan pertolongan kepada korban yang membutuhkan. Oleh

sebab itu ketujuh prinsip tersebut selalu berusaha untuk merapkan kepada semua Palang Merah Indonesia (PMI) termasuk pula PMI Kota Surakarta.

Saat ini, PMI telah berdiri di 33 Provinsi, 474 Kabupaten/Kota dan 3.406 Kecamatan dan PMI mempunyai hampir 1,5 juta sukarelawan yang siap melakukan pelayanan ([www.pmi.or.id](http://www.pmi.or.id)).

## **B. Kajian Pustaka**

Kajian pustaka dalam hal ini menjadi landasan menentukan posisi penelitian yang dilakukan peneliti. Dari hasil penelusuran peneliti terkait tema penelitian terdapat beberapa referensi yang dijadikan rujukan antara lain

*Pertama*, Skripsi dari Arnis Pangestu Ningsih Program Ilmu Komunikasi Universitas Prof Dr. Moestopo (Beragama) tahun 2016 dengan judul “Strategi Humas Palang Merah Indonesia Kota Bekasi Untuk Membangun Kesadaran Masyarakat Menjadi Pendorong Darah” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi, cara menerapkan strategi dan mengetahui faktor penghambat dan pendukung strategi yang digunakan Palang Merah Indonesia Kota Bekasi dengan menggunakan teori *7 c’s Communication dan four steps*. Persamaanya penelitian ini sama-sama meneliti tentang humas di organisasi nonprofit (PMI). Perbedaanya penelitian ini terfokus pada strategi untuk membangun kesadaran masyarakat menjadi pendonor darah. Sedangkan yang peneliti lakukan mengenai aktivitas humas dalam mensosialisasikan Griya PMI Surakarta.

*Kedua*, Skripsi dari Mira Elmayani Program Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Surakarta tahun 2017 dengan judul “Strategi Humas Dinas Pariwisata Sragen dalam Memperbaiki Citra Pemandian Air Panas Bayanan” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh humas Dinas Pariwisata Kabupaten Sragen dalam memperbaiki citra objek wisata pemandian air panas Bayanan. Persamaannya penelitian ini sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dan menggunakan teori *humas relations*, *community relations* dan *media relations*. Perbedaannya penelitian ini terfokus pada strategi humas dalam memperbaiki citra objek wisata pemandian air panas Bayanan. Sedangkan yang peneliti lakukan mengenai aktivitashumas dalam rangka mensosialisasikan salah satu program PMI Kota Surakarta yaitu Griya PMI Surakarta.

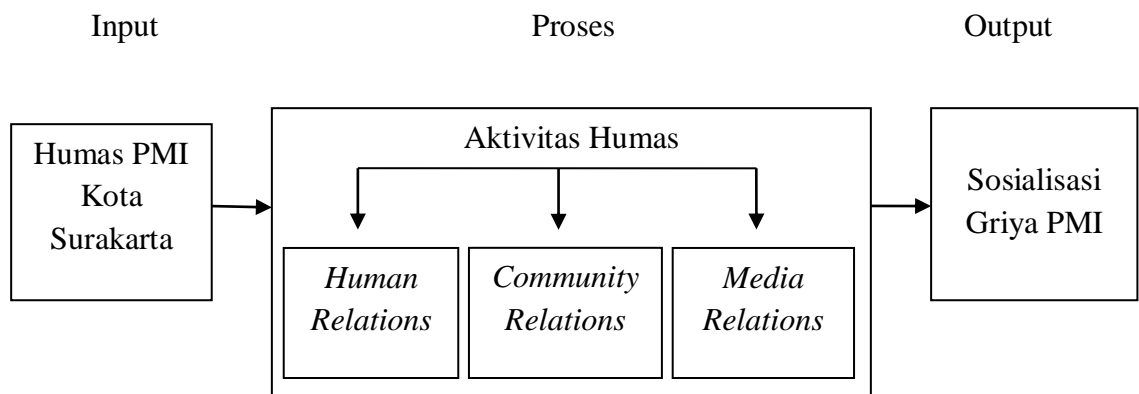
*Ketiga*, Skripsi dari Argo Rohadian Saputro program Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret tahun 2012 dengan judul “Media Relations Sebagai Upaya Pembentukan Citra Positif (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Kegiatan Media Relations Humas PMI Kota Surakarta Sebagai Upaya Pembentukan Citra Positif).” Penelitian ini membahas mengenai gambaran kegiatan *media relations* humas PMI Kota Surakarta dan tanggapan wartawan terhadap pelaksanaan kegiatan PMI Kota Surakarta. Persamannya penelitian ini sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dan membahas tentang humas PMI Kota Surakarta. Perbedaannya penelitian ini terfokus pada *media relations* yang dilakukan humas PMI



Kota Surakarta mengenai semua program PMI Kota Surakarta sedangkan yang peneliti lakukan terkait aktivitas humas PMI Kota dalam mensosialisasikan salah satu program PMI Kota Surakarta yaitu Griya PMI.

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka Berpikir pada dasarnya merupakan arahan penalaran untuk sampai pada penemuan jawaban sementara mengenai masalah yang telah dirumuskan. Maka penulis menjelaskan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Pada bagan kerangka berpikir diatas, dijelaskan mengenai proses berpikir penelitian tentang Aktivitas Humas Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Surakarta dalam Mensosialisasikan Griya PMI Surakarta. Sasaran input dalam penelitian ini adalah PMI Kota Surakarta sebagai penyelenggara melalui humas PMI Kota Surakarta yang mana tidak terlepas pada kewajiban untuk melakukan beberapa aktivitas salah satunya adalah mensosialisasikan program PMI Kota Surakarta yaitu Griya PMI Surakarta.

Langkah kedua dari bagan tersebut adalah proses pelaksanaan aktivitas, aktivitas yang dilakukan humas PMI yang satu dengan yang lain memiliki perbedaan. Aktivitas yang digunakan harus inovatif dan sesuai sasaran. Maka dari itu adanya praktisi humas serta pelaksanaan aktivitas humas yang dilakukan dengan menggunakan *human relations*, *community relations*, *media relations* yang dilakukan dalam mensosialisasikan Griya PMI Surakarta.

Setelah berbagai aktivitas dijalankan maka akan ada hasil yang dicapai yaitu output yang dihasilkan dari proses sebelumnya adalah Griya PMI Surakarta yang telah tersosialisasikan. Dengan demikian diharapkan masyarakat lebih mengetahui bahwa PMI Kota Surakarta mempunyai Griya PMI dan bisa mempertahankan eksistensinya serta organisasi tersebut melekat dihati dan pikiran masyarakat hingga masyarakat ikut berkontribusi dalam kegiatan-kegiatan PMI dan juga berharap dalam kegiatan humas bisa memupuk jiwa sosial masyarakat untuk membantu sesama yang sedang membutuhkan bantuan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor sebagaimana yang dikutip oleh Moleong, penelitian kualitatif adalah tahapan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Moeleong, 2000:3). Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu menjelaskan dan menggambarkan bagaimana aktivitas humas PMI Kota Surakarta dalam mensosialisasikan Griya PMI sebagai satu-satunya PMI di Indonesia yang mempunyai Griya.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mendapat gambaran dan informasi yang lebih jelas dan lengkap. Dalam penelitian ini mengarah pada aktivitas yang di lakukan humas PMI Kota Surakarta dalam mensosialisasikan Griya PMI Surakarta. Tempat yang dipilih sebagai lokasi peneliti adalah PMI Kota Surakarta, Jl. Kolonel Sutarto No.58, Jebres, Kota Surakarta dan Griya PMI Surakarta, Jl. Sumbing Raya No. 6, Mojosongo, Kota Surakarta.

NO	Kegiatan	Tahun 2020																															
		Januari				Februari				Maret				Mei				Juni				Juli				Agustus							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Observasi Awal																																
2	Penyusunan Proposal																																
3	Pengumpulan Data																																
4	Penyusunan Laporan																																

Table 1. Waktu Penelitian

### C. Sumber Data

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya berupa data tambahan seperti dokumen, dan lain lain (Moeleong, 2000:3). Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh. Dalam hal ini data yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh dari 2 sumber yaitu:

#### 1. Sumber data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan, dengan menggunakan metode wawancara. Dimana wawancara melibatkan dua pihak secara tatap muka langsung antara komunikator dengan komunikan. Dalam hal ini peneliti

dapat mempelajari hal-hal yang tidak dapat dilacak menggunakan cara lain. Penyusunan dari hasil penelitian diperoleh dari pencatatan dan pengamatan yang dilakukan oleh penulis dengan mewawancarai dan mengamati.

Sumber data primer adalah kata-kata dan tindakan seluruh bagian yang terkait dengan aktivitas humas PMI Kota Surakarta dalam mensosialisasikan Griya PMI Surakarta. Selain data primer maka akan masuk data sekunder atau data pendukung.

## 2. Sumber data sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak diperoleh langsung dari lapangan, data ini bisa berupa dokumentasi, buku, artikel di internet maupun media massa, dan lain sebagainya. Peneliti menggunakan data sekunder ini untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan.

### **D. Objek dan Subjek Penelitian**

Objek penelitian merupakan permasalahan yang sedang diteliti. Objek penelitian ini adalah aktivitas humas PMI Kota Surakarta dalam mensosialisasikan Griya PMI Surakarta. Sedangkan Subjek penelitian merupakan sumber data yang diminta informasinya sesuai dengan masalah penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang terkait dengan sosialisasi Griya PMI Surakarta. Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah Humas PMI Kota Surakarta dan Staf Griya PMI Kota Surakarta.

*Key Informan:*

1. Dr. Agus Setyo Utomo, SE, M. Si, Ak, CA, A. CPA selaku Kepala Markas PMI Kota Surakarta
2. Dedy Cahyo Nugroho, S. Kom selaku Kepala Bidang Public Relations dan Research and Devolopmen PMI Kota Surakarta
3. Dhea Ayu Sabrina A.Md. Kes selaku Staf Bidang Public Relations dan Research and Devolopmen PMI Kota Surakarta
4. M. Arif Hidayat, S. Kom selaku Kepala Seksi Kemitraan, Kerjasama dan Humas PMI Kota Surakarta
5. Dita Kumalasari selaku Koordinator Sentral Griya PMI Kota Surakarta.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini peneliti menggunakan 3 cara yaitu:

1. Observasi

Observasi merupakan aktivitas pencatatan fenomena yang dilakukan secara terencana (Maryati & Suryawati, 2013:239). Observasi atau pengamatan dapat dikatakan suatu metode yang pertama kali digunakan untuk penelitian yang dapat dilakukann secara spontan. Observasi lebih dipilih sebagai alat karena peneliti dapat melihat, mendengar, atau merasakan informasi yang ada secara langsung.

## 2. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2018:230) Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat disusun makna dalam suatu topik tertentu.

Susan Stainback dalam Sugiyono (2018:230) mengemukakan bahwa dengan wawancara, peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menggambarkan situasi dan fenomena yang terjadi, yang tidak bisa ditemukan hanya melalui observasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa wawancara adalah metode pengumpulan data dalam bentuk komunikasi langsung antara peneliti dengan responden.

Pada penelitian ini kegiatan wawancara dilakukan dengan jenis wawancara mendalam (*indepth interview*). Wawancara mendalam adalah jenis wawancara pribadi yang spesifik untuk mengeksplorasi sikap dan konteks yang sesuai, sehingga banyak detail informasi yang diberikan. Dalam hal ini wawancara dilakukan secara mendalam untuk menggali informasi mengenai proses dan tahapan aktivitas humas PMI Kota Surakarta dalam mensosialisasikan Griya PMI sebagai satu-satunya PMI di Indonesia yang mempunyai Griya.

### 3. Metode dokumentasi

Demi menunjang penelitian ini, metode pengumpulan data lain yang akan digunakan adalah dokumentasi. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, maupun elektronik, dokumen seseorang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang terkait dengan fokus penelitian.

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data yang bersifat dokumen, seperti sejarah Griya PMI Surakarta, struktur organisasi, visi dan misi dan lain-lain yang dapat melengkapi data yang diperlukan. Mengumpulkan foto atau dokumen yang dimiliki humas yang berkaitan dengan aktivitas yang dilakukan humas PMI Kota Surakarta dalam mensosialisasikan Griya PMI Surakarta.

### **F. Teknik Keabsahan Data**

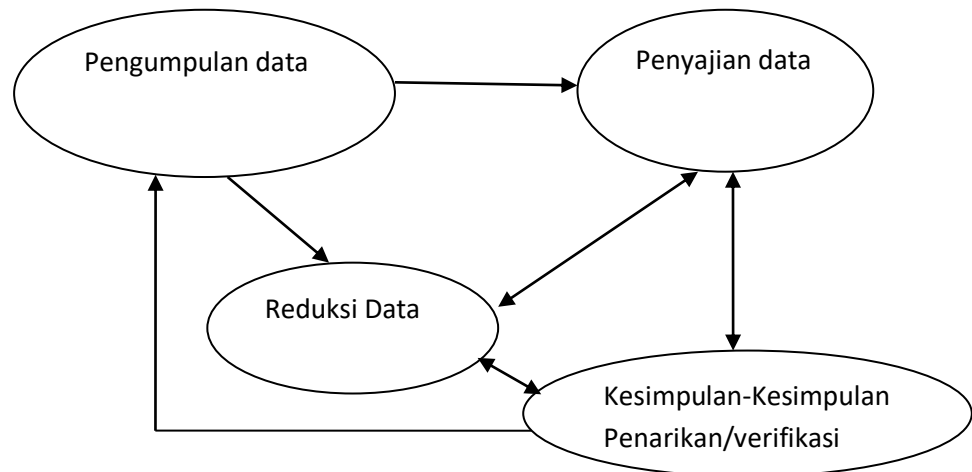
Dalam penelitian ini untuk mendapatkan validasi data, dilakukan teknik triangulasi, peneliti memilih triangulasi sumber untuk menguji keabsahan data. Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari beberapa teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada. Pada penelitian ini digunakan teknik triangulasi dengan sumber yang berarti mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama. Teknik triangulasi dengan sumber yang digunakan dalam penelitian ini dicapai melalui tiga jenis yaitu



1. Membandingkan data hasil observasi dengan hasil wawancara
2. Membandingkan isi wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan
3. Membandingkan wawancara satu sumber dengan sumber informan yang lainnya.

### G. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai selesai sehingga datanya sudah tuntas. Mencakup tiga aktivitas dalam analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2018:246).



Gambar 2. Komponen dalam analisis data (*interactive model*)

Model Miles Huberman

### 1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian data kasar dari lapangan selama waktu penelitian. Dalam proses reduksi ini peneliti mencari data yang valid. Reduksi data secara sederhana berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, mencari tema dan polanya. Sehingga data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data.

### 2. Penyajian Data

Bentuk penyajian data antara lain berupa teks naratif, grafik, matrik, jaringan, dan bagan. Tujuan penyajian data akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja berikutnya berdasarkan apa yang telah dipahami sehingga akan memudahkan peneliti untuk membaca dan menarik kesimpulan.

### 3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal, tetapi bisa jadi tidak bisa menjawab rumusan masalah karena kesimpulan awal yang dipaparkan masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila

tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dipaparkan pada tahap awal didukung bukti-bukti yang kuat dan konsisten saat peneliti berada di lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dipaparkan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Maka peneliti menyimpulkan bahwa teknik analisis data merupakan suatu teknik yang nantinya akan mempermudah peneliti dalam mengumpulkan dan menyusun data. Setelah data dikumpulkan sesuai dengan pertanyaan dan permasalahan dalam penelitian maka dapat dilakukan dan dianalisis secara deskriptif kualitatif.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum PMI Kota Surakarta**

##### **1. Sejarah PMI Kota Surakarta**

Palang Merah Indonesia (PMI) merupakan organisasi kemanusiaan yang bertujuan meringankan penderitaan sesama apapun sebabnya tanpa membedakan suku, ras, golongan, agama, warna kulit dan golongan. PMI Kota Surakarta sebagai bagian dari organisasi PMI terus berusaha mewujudkan tujuan PMI secara umum.

PMI Kota Surakarta berdiri pada tanggal 17 Mei 1946 dan menjadi salah satu dari 5 PMI pelopor yakni Surabaya, Yogyakarta, Semarang, dan Bandung yang berdiri 7 bulan setelah PMI Pusat berdiri. Diketahui pertama kali oleh dr. KRT. Padmonegoro. PMI Kota Surakarta telah mengalami perpindahan beberapa kali, pada tahun 1946-1949 bermarkas di hotel Yuliana yang sekarang telah menjadi markas Polisi Militer. Pada tahun 1949-1951 di nDalem Padmonegaran yang merupakan kediaman dr. KRT. Padmonegoro yang terletak di jalan Veteran Gading dan pada tahun 1951-1977 di Gedung Societiet Surakarta (sekarang menjadi Monumen Pers Surakarta). Kemudian pada tahun 1977-1986 di kompleks RSUD Moewardi Surakarta dan pada akhirnya pada tahun 1986 hingga sekarang di Jalan Kol. Soetarto No. 58, Jebres, Surakarta 57126.

PMI Kota Surakarta pada saat ini diketuai oleh Susanto Tjokrosoekarno untuk periode 2016-2021. Dalam kesehariannya PMI Kota Surakarta terbagi menjadi dua bagian yaitu UDD (Unit Donor Darah) dan Unit Markas yang keduanya saling bahu-membahu dalam melaksanakan kegiatan kepalangmerahan dengan SDM kurang lebih sebanyak 150 staf dan diperkuat oleh relawan sebanyak 6674 orang meliputi Tenaga Sukarela 1130 orang, Korps Sukarela 1583 orang, serta PMR 3961 orang. ([www.pmisurakarta.or.id](http://www.pmisurakarta.or.id), diakses pada tanggal 20 Agustus 2020)

## **2. Visi Misi PMI Kota Surakarta**

Adapun Visi Misi PMI Kota Surakarta adalah sebagai berikut:

### **a. Visi**

PMI yang berkarakter, professional, mandiri dan dicintai masyarakat

### **b. Misi**

- 1) Menjadi organisasi kemanusiaan terdepan yang memberikan layanan berkualitas melalui kerjasama dengan masyarakat dan mitra sesuai dengan prinsip-prinsip dasar Gerakan Palang Merah dan Bulan Sabit
- 2) Meningkatkan kemandirian organisasi PMI melalui kemitraan strategis yang berkesinambungan dengan pemerintah, swasta, mitra gerakan dan pemangku kepentingan lainnya di semua tingkatan.

3) Meningkatkan reputasi organisasi PMI di tingkat Nasional dan Internasional. ([www.pmisurakarta.or.id](http://www.pmisurakarta.or.id), diakses pada tanggal 20 Agustus 2020)

### **3. Deskripsi Organisasi PMI Kota Surakarta**

Nama : PMI Kota Surakarta

Alamat : Jl. Kol. Sutarto No. 58 Jebres, Surakarta

Telepon : 0271 646 505

Fax : 0271 664 881

Email : [pmisurakarta@pmi.or.id](mailto:pmisurakarta@pmi.or.id)

Bentuk Perusahaan : Organisasi Kemanusiaan

Tanggal Berdiri : 17 Mei 1946

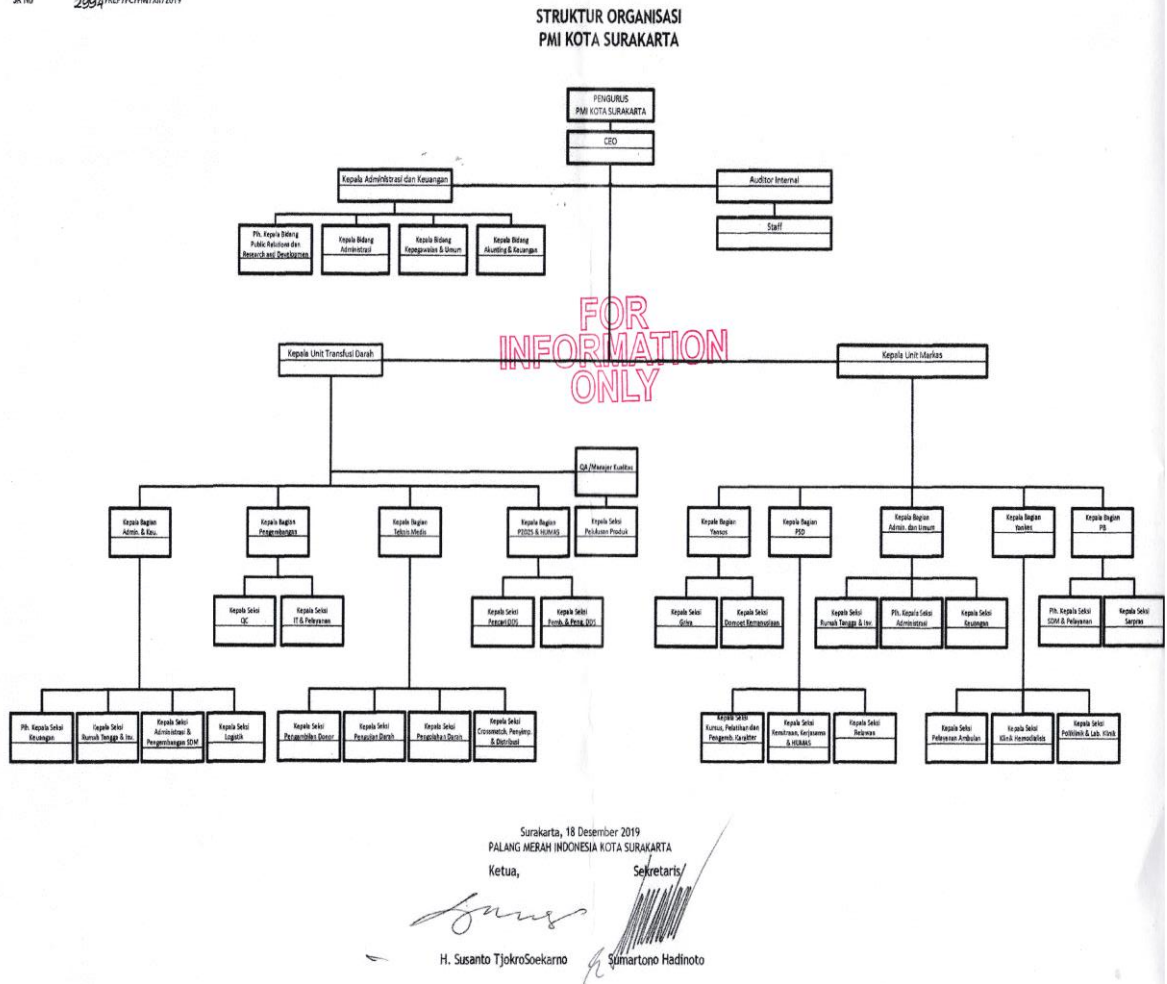
Nama Ketua : Susanto Tjokrosoekarno

Nama CEO : Sumartono Hadinoto

Jam Kerja : Senin-Kamis pukul 08.00-14.30 WIB  
Jum'at pukul 08.00-11.30 WIB  
Sabtu pukul 08.00-14.00 WIB

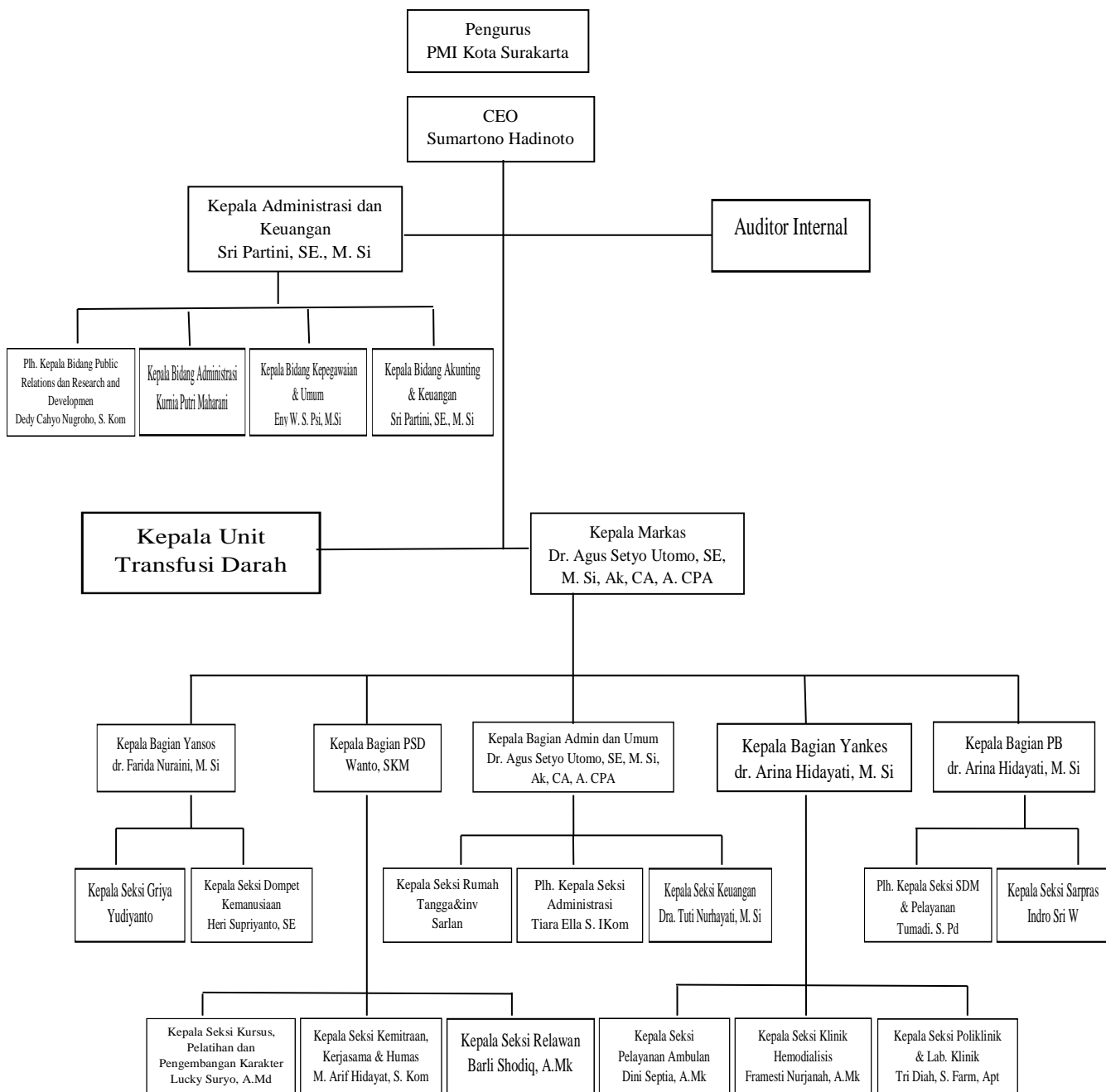
#### 4. Struktur Organisasi PMI Kota Surakarta

Lampiran :  
SK No : 299/KEP/PMI/KOTA/2019



Gambar 3. Struktur Organisasi PMI Kota Surakarta

(Sumber : Dokumentasi PMI Kota Surakarta)



Tabel 2. Struktur Organisasi Markas PMI Kota Surakarta



## 5. Perkembangan PMI Kota Surakarta

PMI Kota Surakarta saat ini diketuai oleh Susanto Tjokrosoekarno serta Sumartono Hadinoto sebagai CEO. Dalam kesehariannya PMI Kota Surakarta terbagi menjadi dua bagian yakni UDD (Unit Donor Darah) dan Unit Markas yang keduanya saling bahu-membahu dalam melaksanakan kegiatan kepalangmerahan. UDD berisi seputar darah yang terdiri dari stok darah UDD PMI, jadwal donor darah, data pendonor, prosedur donor darah, prosedur permintaan darah sedangkan Unit Markas terdiri dari Penanggulangan Bencana, Klinik Pratama, Hemodialisis, Pengembangan SDM, Dompot Kemanusiaan, Griya PMI. ([www.pmisurakarta.or.id](http://www.pmisurakarta.or.id), diakses pada tanggal 20 Juli 2020)

Salah satu program unggulan PMI Kota Surakarta yaitu Griya PMI, menjadi program unggulan karena PMI Kota Surakarta menjadi satu-satunya PMI di seluruh Indonesia yang memiliki Griya PMI. Griya PMI dibangun diatas tanah 5000 m<sup>2</sup> milik PMI Kota Surakarta dengan kapasitas 200 orang. Griya PMI dibagi menjadi 2 yaitu Griya PMI Peduli dan Griya PMI Bahagia. Griya PMI peduli terinspirasi dari Jami'in seorang tukang batu di Jombang yang dengan jiwa kemanusiaannya menampung dan mengurus lebih dari 200 orang gila, berangkat dari niat untuk lebih meringankan penderitaan sesama dan mencontohkan apa yang dilakukan pak Jami'in dengan mendirikan Griya PMI Peduli untuk menampung orang gila yang terlantar. Griya PMI yang beralamat di Jl. Sumbing Raya Mertoudan Mojosongo ini sejak peletakan batu pertama

tanggal 19 September 2011 yang lalu oleh Mensos baru mulai beroperasi bulan Maret 2012 dengan SDM sebanyak 15 orang dengan fokus awal pelayanan untuk ODGJ kemudian seiring dengan berjalannya waktu berkembang dan menambah pelayanan untuk lansia yang diberi nama Griya Bahagia. Griya Bahagia yaitu rumah bagi mereka yang berusia senja, sedangkan Griya Bahagia difungsikan untuk menampung orang lanjut usia dan terlantar. Diresmikan pada Mei 2015 dan baru 3 bulan sudah menampung sebanyak 26 orang. Kedua jenis layanan kemanusiaan di Griya PMI tersebut diperuntukan bagi mereka yang terlantar. (Sumber : Dokumen PMI Kota Surakarta)

Berdasarkan data yang dimiliki Griya PMI sampai tahun 2016 sudah memiliki warga (sebutan pasien di Griya PMI) sebanyak 514 orang, 243 diantaranya telah dipertemukan kembali kepada keluarganya masing-masing, 53 warga kabur, 78 warga meninggal, 9 warga berada di Wanita Utama dan 131 warga yang saat ini dirawat yang mana jumlah ini dapat terus meningkat setiap harinya. Di Griya PMI Peduli warga akan diberikan perawatan baik medis maupun spiritual dengan pendekatan rohani, sehingga diharapkan dapat memberikan perubahan yang positif. Selain itu, Griya PMI Peduli juga memberikan keterampilan kepada mereka yang sudah membaik secara kejiwaan. (Sumber : Dokumen PMI Kota Surakarta)

Pada awalnya PMI Kota Surakarta melakukan penyisiran sendiri mencari orang dengan gangguan kejiwaan dan lansia terlantar di Kota

Surakarta, namun seiring berjalannya waktu saat ini partisipasi masyarakat untuk melaporkan semakin banyak dan kerjasama dengan Satpol PP serta Dinas Sosial melalui operasi gelandangan dan pengemis sehingga memudahkan dalam menjaring gelandangan psikotik. (Sumber : Dokumen PMI Kota Surakarta)

## **6. Griya PMI Surakarta**

### **a. Tujuan di dirikannya Griya PMI**

Tujuan didirikannya Griya PMI Kota Surakarta adalah sebagai berikut:

- 1) Mewujudkan tujuan umum Gerakan Palang Merah Indonesia (PMI)
- 2) Membantu tugas pemerintah dalam bidang pengentasan masalah kesejahteraan sosial bidang ODGJ terlantar dan lanjut usia terlantar.
- 3) Memupuk jiwa sosial dari anggota masyarakat untuk membantu sesama yang sedang membutuhkan bantuan
- 4) Mengembalikan warga binaan kepada keluarga (Sumber : Dokumen PMI Kota Surakarta)

### **b. Klasifikasi Griya PMI Surakarta**

#### **1) Griya Peduli**

Memberikan tempat singgah (penampungan bagi orang dengan gangguan jiwa (ODGJ) yang terlantar di wilayah Kota Surakarta.

2) Griya Bahagia

Memberikan tempat singgah (penampungan) bagi lanjut usia (Lansia) yang terlantar di wilayah Kota Surakarta. (Sumber : Dokumen PMI Kota Surakarta)

c. Manfaat adanya Griya PMI Surakarta

1) Bagi PMI Kota Surakarta

Dengan didirikannya Griya Peduli dan Griya Bahagia, PMI Kota Surakarta berharap bisa mengembangkan kegiatan sosial kemanusiaan di Kota Surakarta dan berharap akan dikembangkan oleh PMI secara nasional.

2) Bagi masyarakat

Sebagai salah satu tempat alternatif penampungan apabila menjumpai warga dengan gangguan kejiwaan atau lanjut usia (lansia) terlantar di wilayah Kota Surakarta.

3) Bagi pemerintah Kota Surakarta

Menurunnya angka orang-orang terlantar khususnya orang dengan gangguan jiwa dan lanjut usia (lansia).

4) Bagi warga binaan

Dengan mendapatkan tempat bernaung, warga binaan mendapatkan layanan kebutuhan sehari-hari yang lebih baik dan mendapatkan bekal keterampilan. (Sumber : Dokumen PMI Kota Surakarta)

d. Daya Tampung

1) Daya tampung Griya Peduli

a) putra : 70 orang

b) putri : 50 orang

2) Daya tampung Griya Bahagia

a) Putra : 14 orang

b) Putri : 14 orang

e. Kegiatan warga Griya PMI Kota Surakarta

Kegiatan-kegiatan untuk warga griya dalam rangka meningkatkan keterampilan dan menjaga kesehatan jasmani adalah sebagai berikut:

1) Keterampilan

2) Olahraga rutin

3) Sirama rohani sesuai agama dan kepercayaan masing-masing

4) Kegiatan psikososial (Sumber : Dokumen PMI Kota Surakarta)

f. Penerimaan pengajuan warga

1) Mengisi laporan assessment dengan lengkap (tanpa kelengkapan KK, KTP, BPJS klien)

2) Melaporkan hasil assessment ke pengurus

3) Hasil mohon dituliskan di lembar assessment

4) Follow up kembali ke pemohon apabila diterima/tidaknya

5) Lembar assessment disimpan dalam map file yang sesuai.

(Sumber : Dokumen PMI Kota Surakarta)

g. Prosedur Penerimaan Warga Baru

- 1) Menerima calon warga yang mandiri (bisa merawat diri sendiri)
- 2) Mengisi form serah terima calon warga binaan
- 3) Mengisi form surat pernyataan bermaterai (baik yang mau keluarga maupun Satpol PP, Dinas Sosial, RSDM, RSJD, SIBAT)
- 4) Melengkapi syarat administrasi warga baru (seperti KK, KTP, jaminan kesehatan) jika calon warga binaan tersebut dari Dinas Sosial, RSDM, RSJD, maupun Satpol PP (harus mengurus KK, KTP, jaminan kesehatan, sampai jadi wajib)
- 5) Masing-masing form dan kelengkapan administrasi di arsip di map file yang sesuai
- 6) Kelengkapan administrasi asli disimpan pada tempatnya.

(Sumber : Dokumen PMI Kota Surakarta)

h. Syarat administrasi warga baru

- 1) KTP asli
- 2) Kartu BPJS asli
- 3) Fotocopy KK 1 lembar
- 4) Infaq (sesuai hasil laporan ke pengurus) (Sumber : Dokumen PMI Kota Surakarta)

## **B. Sajian Data dan Pembahasan**

### **1. Sajian Data**

PMI Kota Surakarta memiliki keunikan dari pada PMI cabang lain yang masih menyelenggarakan bulan dana, sejak tahun 1998 PMI Kota Surakarta sudah tidak menyelenggarakan bulan dana (menghimpun dana dari masyarakat melalui kupon) meskipun sudah lama tidak menyelenggarakan bulan dana tetapi program kemanusiaan tetap berjalan. Salah satu program kemanusiaan PMI Kota Surakarta adalah Griya PMI.

Griya PMI Surakarta merupakan salah satu program unggulan PMI Kota Surakarta yang menjadi tempat untuk menampung dan merawat orang-orang terlantar, terdapat dua macam warga (sebutan pasien) di Griya PMI, yaitu Griya Peduli dan Griya Bahagia. Griya Peduli diperuntukan untuk warga yang gangguan jiwa terlantar sedangkan Griya Bahagia diperuntukan untuk warga lansia yang terlantar dan tidak diketahui secara jelas mengenai latar belakang keluarganya. Griya PMI berkerjasama dengan Satpol PP, Dinas Sosial, Rumah Sakit Jiwa Daerah, RSDM, SIBAT maupun masyarakat setempat untuk memperoleh pasien. Rutin setiap hari warga Griya melakukan berbagai kegiatan.

HARI	KEGIATAN	WAKTU
SENIN	KAJIAN	08.30 - 10.00
SELASA	SENAM SEHAT	07.00 - 08.00
RABU	SENAM SEHAT	07.00 - 08.00
KAMIS	KAJIAN	08.30 - 10.00
JUMAT	JALAN SEHAT	07.00 - 08.30
SABTU	BELAJAR KETRAMPILAN	08.30 - 10.30
	IBADAH	SETIAP HARI

Gambar 4. Kegiatan warga Griya PMI Surakarta

(Sumber: Dokumentasi PMI Kota Surakarta)

Per tanggal 18 Juli 2020 jumlah warga Griya ada 126 yang terdiri dari Griya PMI Peduli laki-laki berjumlah 63 orang dan perempuan 40 orang sedangkan Griya PMI bahagia laki-laki berjumlah 11 orang dan perempuan berjumlah 12 orang.

Pertama di dirikannya Griya PMI tidak akan terwujud dan berkembang tanpa adanya dukungan dari seluruh masyarakat, dari tahun ke tahun pasien bertambah dengan pesatnya, oleh karena itu PMI Kota Surakarta tidak lelah untuk mengajak seluruh masyarakat untuk lebih peduli dengan sesama. Dalam hal ini humas merupakan bagian penting bagi sebuah organisasi, humas sebagai sarana antara organisasi dan masyarakat dalam menjalin komunikasi timbal balik dan sebagai sarana untuk mensosialisasikan Griya PMI.

PMI Kota Surakarta menjadi satu-satunya PMI di seluruh Indonesia yang memiliki Griya PMI. Hal ini menjadi kebanggaan tersendiri



bagi PMI Kota Surakarta sekaligus menjadi tugas berat yang memerlukan aktivitas humas dalam mensosialisasikan Griya PMI di karenakan masih ada beberapa persepsi masyarakat yang belum mengetahui keberadaan Griya PMI, masih banyaknya bayangan masyarakat bahwa PMI itu lekat dengan donor darah selain itu lokasi Griya PMI tidak jadi satu dengan PMI Kota Surakarta sehingga beberapa masyarakat masih awam mengenai Griya PMI.

Menurut Kepala Bidang Public Relations dan Research and Developmen, sudah terjadi peningkatan pemahaman masyarakat mengenai Griya PMI dari tahun ke tahun.

“Untuk pengetahuan masyarakat tentang program PMI sudah naik, kenaikan itu bisa dilihat dari interaksi masyarakat ke PMI, lembaga lain yang ikut berkerjasama dengan PMI melalui Griya dan berita dari media sendiri juga mengalami kenaikan dan beberapa waktu ini kita melawan survei, survei nya kecil-kecilan mengenai PMI Surakarta ada apa saja, pasti mereka menjawab sudah macam-macam bukan hanya donor darah, ada klinik, bantu bencana, Griya dll. Nah ini kan menandakan adanya peningkatan pengetahuan masyarakat mengenai PMI Surakarta dengan perlahan. Jumlah pengikut Instagram sudah banyak berarti itu salah satu indikator bahwa masyarakat sudah mulai mengerti. Akan tetapi bila ditanya PMI Surakarta hanya untuk donor darah jawabannya iya masih ada dan susah sepertinya menghilangkan persepsi seperti ini tetapi jawaban mereka sudah bervariasi apalagi kita sudah terkoneksi dengan relawan yang ada dikelurahan, kecamatan. Kota Surakarta ini kan ada 54 kelurahan dan semua itu sudah ada relawan SIBAT (Siaga Bencana Berbasis Masyarakat) yang menjadi salah satu tangan panjang PMI Surakarta.”(Hasil wawancara dengan Dedy Cahyo Nugroho pada tanggal 23 Januari 2020)

Sama halnya yang disampaikan oleh Staf Public Relations dan Research and Developmen, Dhea Ayu Sabrina A.Md. Kes

“Ya, memang masih ada beberapa sepengetahuan masyarakat itu pasti PMI itu hanya donor darah. Tapi ketika kita sosialisasi, temen-temen itu lebih penasaran dengan Griya nya karena di Solo sendiri kan jarang sekali ada tempat yang khusus untuk menampung orang dengan gangguan jiwa, lansia terlantar jadi mereka mulai pengen tahu mengenai Griya, sehingga kita ajak main ke Griya dan akhirnya mereka turut menshare informasi mengenai griya atau malah berdonasi.” (Hasil wawancara pada tanggal 19 Februari 2020)

Apabila masyarakat sudah banyak yang mengetahui keberadaan Griya PMI akan mendorong akses yang luas pada pelayanan PMI dan meningkatkan jiwa sosial, dukungan, serta kontribusi masyarakat. Aktivitas humas penting dilakukan agar publik mengetahui keberadaan organisasi/perusahaan dan program-program yang sedang di jalankan. Dalam hal ini aktivitas humas perlu dilakukan agar kegiatan humas dalam mensosialisasikan Griya PMI selalu berjalan sesuai rencana.

Dalam mensosialisasikan Griya PMI agar semakin dikenal di masyarakat luas, humas PMI Kota Surakarta melakukan aktivitas yang meliputi *human relations*, *community relations*, dan *media relations*. Aktivitas yang dilakukan humas selama penulis melakukan penelitian di PMI Kota Surakarta, bisa dilihat pada table di bawah ini:

NO	Jenis Kegiatan	Keterangan
1.	<p><i>Human Relations</i></p> <p>a. <i>Employe relations</i></p> <p>b. Kegiatan rapat koordinasi, seminar program kerja</p> <p>c. Senam bersama</p> <p>d. Gathering karyawan</p>	<p>a. Hubungan antara atasan dan karyawan bawahan atau sebaliknya.</p> <p>b. PMI Kota Surakarta rutin mengadakan rapat koordinasi setiap sebulan sekali dengan seluruh karyawan dan rapat persub bagian setiap seminggu sekali serta seminar program kerja.</p> <p>c. PMI Kota Surakarta rutin mengadakan senam bersama karyawan untuk membudayakan lingkungan sehat dan mempererat hubungan antar sesama karyawan.</p> <p>d. Liburan bersama seluruh karyawan PMI Kota Surakarta yang rutin diadakan setiap satu</p>

	<p>e. Hubungan dengan relawan</p>	<p>tahun sekali dan dua tahun sekali ditempat yang lumayan jauh serta diperbolehkan membawa keluarga.</p> <p>e. PMI Kota Surakarta menjalin hubungan dengan relawan dan memberikan penghargaan kepada para relawan.</p>
<p>2.</p>	<p><i>Community Relations</i></p> <p>a. Menjalin hubungan dengan Komunitas</p> <p>b. Berkerjasama dan menjalin hubungan dengan sekolah-sekolah</p> <p>c. Menjalin hubungan baik dengan masyarakat atau komunitas sekitar PMI Kota Surakarta dan Griya PMI</p>	<p>a. Menjalin hubungan dengan komunitas Griya Schizofren serta relawan-relawan PMI Kota Surakarta</p> <p>b. PMI Kota Surakarta mempunyai program <i>Character Building Camp (CBC)</i> dan <i>Humanity Trip</i> serta melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah yang ada di Surakarta.</p> <p>c. Agar masyarakat tidak merasa diasingkan oleh organisasi.</p>

	d. <i>Coorporate Social Responsibility</i>	d. Menjalin hubungan dengan masyarakat, salah satunya dengan melakukan kegiatan <i>CSR</i> , mengundang masyarakat untuk bergabung saat Griya PMI mengadakan acara dan adanya susur kampung, ambulance gratis serta dompet kemanusiaan.
3.	<i>Media Relations</i>  a. Media massa  b. Publikasi atau sosialisasi melalui sosial media  c. Publikasi menggunakan media cetak	a. Kerjasama dengan berbagai media  b. Website, Instagram, Twitter, dan Youtube  c. Sosialisasi PMI Kota Surakarta melalui brosur dan <i>company profile</i>

Table 3. Sajian Data

Pihak humas melakukan berbagai kegiatan dalam upaya untuk mensosialisasikan Griya PMI Surakarta dengan melakukan berbagai aktivitas yang meliputi *human relations*, *community relations*, dan *media*

*relations*. Semua aktivitas tersebut mempunyai peranan dan tujuan masing-masing. *Human Relations*, memelihara hubungan baik antar sesama manusia dengan menjalin hubungan antara sesama karyawan, hubungan dengan atasan dan bawahan atau sebaliknya serta hubungan dengan relawan. *Community Relations*, hubungan dengan masyarakat maupun komunitas sekitar organisasi. *Media Relations*, menjalin hubungan dengan media massa, seperti media cetak maupun media elektronik. Kegiatan ini sangat penting untuk mempublikasikan kegiatan PMI Kota Surakarta. PMI Kota Surakarta juga mempublikasikan dirinya melalui berbagai media sosial maupun media promosi lainnya.

## **2. Pembahasan**

Dari keseluruhan data yang diperoleh peneliti dalam melakukan penelitian dengan observasi, wawancara dan dokumentasi telah menunjukkan berbagai informasi yang penting untuk penelitian ini. Meskipun banyak sekali PMI cabang lainnya yang ada di seluruh Indonesia namun PMI Kota Surakarta memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan PMI cabang lainnya.

“Orang ingin belajar kesini bukan karena hebat karena kita beda saja dengan PMI di daerah lain. Yang lain masih menggalang dana melalui bulan dana, PMI Surakarta sudah tidak itu kan menjadi sesuatu yang menarik kok bisa tidak melakukan bulan dan tapi program-program kemanusiaan tetap berjalan lancar. Kita juga baru saja mendapat kunjungan dari PMI di Kalimantan salah satunya Griya ini, mereka penasaran kok bisa kita mendirikan Griya, gimana caranya, dll. Kami juga memberi tahu bahwa dulu awal kami mendirikan Griya itu kita tidak mempunyai dana sama sekali, tanahnya yang sekarang dibuat Griya itu sebenarnya dulu ingin dibuat perumahan staf nya PMI. Tetapi saat kita melakukan

perjalanan ke Jombang kita bertemu dengan salah satu warga namanya pak Jam'ii, beliau ini mempunyai tempat seperti Griya tetapi yang mengelola beliau sendiri. Dari situ kita tergerak hatinya untuk membuat seperti itu, perorangan aja bisa membuat masak sekelas PMI tidak bisa membuat lalu kita sampaikan ke pengurus dan pengurus setuju. Dan alhamdulillahnya ada donatur yang membantu dalam pembangunan Griya, sebelumnya kita menyebarkan informasi dulu ke masyarakat bahwa PMI mau membuat program kemanusiaan dan kali aja ada yang membantu. Kebanyakan PMI daerah lain kan membuat program itu yang penting ada uangnya dulu baru mereka membuat kegiatan tapi kita PMI Surakarta yang penting idenya dulu nantinya pasti juga ada yang membantu.”(Hasil wawancara dengan Kepala Bidang Public Relations dan Research and Developmen, Dedy Cahyo Nugroho, S. Kom. Pada tanggal 23 Januari 2020)

Hal unik tersebut menjadikan PMI Kota Surakarta menjadi satu-satunya PMI yang ada di Indonesia yang memiliki Griya PMI sehingga membutuhkan sosialisasi yang lebih gencar lagi. Sosialisasi yang baik akan membuat publik luas mengetahui keberadaan Griya PMI sehingga akan mendorong akses yang lebih luas pada pelayanan PMI serta meningkatkan dukungan, kontribusi dan dapat menumbuhkan jiwa sosial publik.

Upaya humas PMI Kota Surakarta untuk mensosialisasikan Griya PMI dengan menyusun beberapa program kerja yang berkaitan dengan *human relations*, *community relations*, dan *media relations*.

#### a. *Human Relations*

*Human relations* merupakan unsur-unsur rohaniah yang meliputi: sifat, watak, tingkah laku, pribadi serta aspek-aspek kejiwaan lainnya yang terdapat dalam diri manusia untuk menuju kebahagiaan dan kepuasan hati (Widjaja, 2008:163). Dalam hal ini *human relations*

berfungsi untuk menciptakan dan memelihara sistem komunikasi antara karyawan maupun dengan atasan atau sebaliknya serta hubungan yang baik dengan relawan.

Publik dalam humas tidak selalu berkaitan dengan orang yang berada di luar perusahaan, meskipun telah menjadi bagian dalam internal organisasi, tetapi karyawan tetap menjadi objek aktivitas humas. Komunikasi karyawan adalah suatu spesialisasi humas di organisasi untuk membantu mewujudkan komunikasi yang efektif antara karyawan dan antara karyawan dengan atasan ataupun sebaliknya.

Apabila organisasi dapat berkomunikasi dan berkerjasama secara efektif dengan karyawan, maka mereka dapat berperan sebagai agen humas ketika mereka sedang bersama keluarga, tetangga, teman, dan rekan bisnis mereka. Bahkan dapat menjadi pembela organisasi secara sukarela saat ada kritik atau persepsi negatif dari publik terhadap organisasi (Suwanto, 2018:30).

Humas PMI Kota Surakarta juga menerapkan komunikasi dengan karyawan dengan tidak membeda-bedakan karyawan satu dengan yang lainnya. Tanpa adanya komunikasi yang baik antara semua karyawan, organisasi di tempat mereka berkerja akan mengalami kesulitan dan bermasalah. PMI Kota Surakarta selalu berusaha meningkatkan komunikasi dengan karyawan maupun atasan ataupun sebaliknya, serta meningkatkan mutu SDM yang ada di PMI Kota



Surakarta melakukan kegiatan seperti rapat koordinasi, seminar program kerja, *gathering* karyawan.

PMI Kota Surakarta dalam mengkomunikasikan berbagai hal yang antara lain melalui meeting atau rapat secara langsung maupun menggunakan media sosial yang dibentuk sebuah grup baik secara umum maupun per sub bagian masing-masing melalui aplikasi *WhatsApp*. Hal ini dilakukan apabila sewaktu-waktu ada tugas dan informasi mendadak sehingga dapat secara cepat berkomunikasi. Seperti penuturan Kepala Markas PMI Kota Surakarta, Agus Setyo Utomo, SE, M. Si.Ak, CA, A. CPA.

“Kalau komunikasi internal kita ada grup *whatsapp* seluruh karyawan di PMI dan setiap per bagian juga punya grup sendiri.”(Hasil wawancara pada tanggal 23 Juli 2020)

Sama halnya yang di sampaikan Staf Public Relations dan Research and Developmen, Dhea Ayu Sabrina

“Walaupun PMI dan Griya PMI beda gedung tetapi kan manajemen nya tetap di PMI jadi kita koordinasinya lewat grup *whatsapp* jadi kalau di Griya ada acara atau apa pasti di informasikannya lewat situ atau ada kepentingan dengan personal pasti kita berkomunikasi entah *by phone* atau datang langsung ke PMI, kalau di lingkungan PMI kurang lebih sama kalau ada info kita lewat grup *whatsapp*.”(Hasil wawancara pada tanggal 16 Juli 2020)



Gambar 5. *Screen shoot* grup *whatsapp* seluruh karyawan PMI Kota Surakarta  
(Sumber: Dokumentasi PMI Kota Surakarta)



Gambar 6. *Screen shoot* grup *whatsapp* humas PMI Kota Surakarta  
(Sumber: Dokumentasi PMI Kota Surakarta)

Mengingat pentingnya grup *whatsapp* untuk mengkoordinasikan semua kegiatan di PMI Kota Surakarta, sehingga semua SDM harus mempunyai aplikasi *whatsapp* dan selalu *standby* apabila sewaktu-waktu ada informasi ataupun pekerjaan yang harus diselesaikan.

Selain itu aktivitas yang dilakukan dari segi internal PMI Kota Surakarta dalam meningkatkan komunikasi dan SDM yang ada dengan mempertemukan antara karyawan dengan atasan yang dilakukan PMI Kota Surakarta untuk menjalin komunikasi yang baik dengan adanya rapat koordinasi dengan atasan. Pertemuan yang melibatkan para karyawan dan pimpinan, baik itu diselenggarakan secara formal maupun non formal merupakan acara berkumpul yang bermanfaat untuk meningkatkan SDM yang ada sekaligus menciptakan komunikasi yang baik, kebersamaan, keakraban, terjalin hubungan baik dan semangat dalam mencapai tujuan organisasi.

“Rutin setiap sebulan sekali rapat koordinasi dengan seluruh karyawan termasuk karyawan Griya sedangkan untuk perbagian biasanya seminggu sekali. Rapat pimpinan dengan atasan setiap hari rabu seminggu sekali. Kita disini itu menggapnya bukan bawahan tapi rekan kerja dan harus bedakan dulu antara bos dengan pimpinan kalau bos itu selalu menyuruh kalau pimpinan itu mengerakan untuk mencapai tujuan kalau mengerakan itu pemimpin juga ikut gerak tidak hanya duduk manis sehingga bawahan merasa dalam mencapai tujuan juga semangat karena atasannya memberikan contoh sehingga komunikasi akan terjalin dengan baik.” (Hasil wawancara dengan Kepala Markas Agus Setyo Utomo, SE, M.Si.Ak, SA, A. CPA. Pada tanggal 23 Juli 2020).

Kemudian hubungan internal lainnya dijalin dengan adanya sosialisasi. Sosialisasi dibuat untuk menumbuhkan jiwa tanggung jawab para karyawan mengingat tugas karyawan berhubungan dengan kemanusiaan. Kegiatan ini ditujukan untuk semua karyawan PMI Kota Surakarta yang bertujuan agar kegiatan *human relations* berjalan dengan harmonis mengingat banyak sekali program-program PMI

Kota Surakarta yang salah satunya adalah Griya PMI yang menjadi satu-satunya yang ada di Indonesia. Disisi lain kolaborasi ini untuk mengakrabkan dan menjaga tali silaturahmi dari bawahan sampai atasan tanpa adanya yang membeda-bedakan.

“Setiap setahun sekali mengadakan *gathering* karyawan, setiap selesai menyusun program kerja biasanya kita mengadakan sosialisasi dengan seluruh karyawan. (Hasil wawancara dengan Kepala Markas Agus Setyo Utomo, SE, M.Si.Ak, SA, A. CPA. Pada tanggal 23 Juli 2020).



Gambar 7. Sosialisasi program kerja 2020

(Sumber: Dokumentasi PMI Kota Surakarta)

PMI Kota Surakarta juga rutin mengadakan senam bersama karyawan. Kegiatan ini bertujuan untuk membudayakan lingkungan sehat dan menciptakan suasana yang hangat, mempererat hubungan sesama karyawan sehingga suasana kerja menjadi nyaman dan dapat mengurangi kejenuhan serta meningkatkan performa kerja.



Gambar 8. Senam bersama karyawan PMI Kota Surakarta  
(Sumber: Dokumentasi PMI Kota Surakarta)

Kerjasama antara karyawan di lakukan tidak hanya di kantor saja melainkan kerjasama yang dilakukan karyawan saat liburan bersama.

“Kita ada Gathering Family dengan rutin mengadakan liburan bareng staf, setiap 1 tahun dan 2 tahun sekali kalau setahun sekali kita ke dekat-dekat missal ke Jogja sedangkan kalau 2 tahun sekali kita liburan agak jauh dari kota Solo dan diperbolehkan mengajak anggota keluarga sehingga hubungan internal kami semakin harmonis.” (Hasil wawancara dengan Staf Public Relations dan Research and Developmen, Dhea Ayu Sabrina A.Md.Kes. Pada tanggal 16 Juli 2020)



Gambar 9. Gathering karyawan PMI Kota Surakarta  
(Sumber: Dokumentasi PMI Kota Surakarta)

Kegiatan tersebut dilakukan untuk tetap menjaga kekompakan dan mempererat ke akrabannya antar karyawan, jika karyawan dituntut untuk berkerja terus menerus maka kinerja karyawan tidak akan optimal. Setiap setahun sekali PMI Kota Surakarta memberikan sarana untuk *refreshing*, memulihkan semangat dan kinerja dengan cara berekreasi bersama.

Selain menjalin hubungan baik dengan karyawan maupun atasan, PMI Kota Surakarta juga menjalin hubungan baik dengan masyarakat dengan menggalakan peran aktif masyarakat untuk menjadi relawan serta memberikan penghargaan kepada para relawan yang berprestasi, loyal, militan dan dedikasi tinggi terhadap PMI. Dalam menjalankan tugas kemanusiaan, PMI Kota Surakarta mempunyai relawan yang terdiri dari TSR (Tenaga Suka Rela), KSR (Korps Suka Rela), PMR (Palang Merah Remaja) dan SIBAT (Siaga Bencana Berbasis Masyarakat).



Gambar 10. PMI Kota Surakarta memberikan penghargaan kepada relawan yang terdiri dari PMR, KSR, TSR, SIBAT (Sumber : Dokumentasi PMI Kota Surakarta)

b. *Community relations*

*Community relations* merupakan kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat maupun komunitas. Sebuah organisasi harus siap menjadi bagian dari kehidupan masyarakat dimana organisasi beroperasi. Membangun dan menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat maupun komunitas menjadikan Griya PMI Surakarta semakin dikenal oleh masyarakat luas.

Kepedulian PMI Kota Surakarta kepada masyarakat menjadi kunci dari aktivitas *community relations* yang efektif dengan adanya tindakan positif dan bertanggung jawab secara sosial untuk membantu masyarakat sebagai bagian dari organisasi dan di sisi lain upaya tersebut dapat menciptakan komunikasi timbal balik antara organisasi dan masyarakat.

1) Kegiatan dengan Komunitas

Komunitas adalah sekelompok orang yang hidup di tempat yang sama, berpemerintahan sama, dan mempunyai kebudayaan dan sejarah yang umumnya turun temurun. Orang-orang yang hidup dalam komunitas dengan organisasi membuat saling bergantung sama dengan lainnya. Masyarakat tidak dapat menikmati kehidupan yang baik tanpa adanya organisasi-organisasi tersebut. Begitu pun sebaliknya organisasi dapat hidup hanya adanya ijin dan dukungan masyarakat (Moore, 2000: 65).

PMI Kota Surakarta menjalin hubungan dan kerjasama dengan berbagai komunitas dan masyarakat yang ada di sekitar Solo. Kegiatan ini bertujuan untuk mensosialisasikan program-program PMI Kota Surakarta agar nantinya masyarakat lebih paham bahwa PMI Kota Surakarta bukan hanya berhubungan dengan darah saja melainkan sudah merambah pada program kemanusiaan lainnya yang salah satunya adalah Griya PMI. Kegiatan yang selama ini dilakukan yaitu kegiatan dengan komunitas maupun relawan-relawan baik secara internal maupun eksternal yang diantaranya kegiatan dengan komunitas Griya Schizofren, relawan-relawan TSR (Tenaga Suka Rela), PMR (Palang Merah Indonesia), KSR (Korpas Sukarela), SIBAT (Siaga Bencana Berbasis Masyarakat).

Griya Schizofren merupakan komunitas pemuda peduli gangguan jiwa. Griya Schizofren menjadi tempat anak muda untuk menyalurkan kepeduliannya kepada orang dengan masalah kejiwaan, anggotanya terdiri dari kalangan anak muda, baik pelajar maupun mahasiswa dengan mengajak kepada generasi muda agar lebih peduli dan memiliki jiwa sosial yang tinggi terhadap orang-orang dengan masalah kejiwaan (ODMK) sehingga tidak ada lagi orang Indonesia yang mengucilkan ODMK. Komunitas peduli gangguan jiwa Griya Schizofren rutin mendampingi di Griya PMI yang berada di bawah naungan PMI



Kota Surakarta. PMI Kota Surakarta pun menyambut positif keterlibatan komunitas Griya Schizofren untuk mendampingi mereka yang memerlukan dukungan moral dalam keterbatasan.

Aksi lain yang turut melibatkan masyarakat adalah adanya relawan-relawan PMI Kota Surakarta yang masyarakat terlibat langsung di dalamnya seperti relawan TSR (Tenaga Suka Rela), PMR (Palang Merah Indonesia), KSR (Korpas Sukarela), SIBAT (Siaga Bencana Berbasis Masyarakat).

TSR (Tenaga Suka Rela), yakni anggota PMI yang direkrut dari perseorangan dari kalangan masyarakat yang berlatar belakang profesi atau memiliki ketrampilan tertentu, misalnya dokter, ahli gizi, sanitasi, akuntan, logistik, teknis, pertanian, jurnalis, seniman/artis, teknologi komunikasi, guru, dll dan bersedia menjadi relawan PMI. Selain itu ada PMR (Palang Merah Remaja) yang merupakan wadah kegiatan remaja di sekolah atau lembaga pendidikan normal dalam kepalangmerahan melalui program kegiatan ekstra kurikuler. Sedangkan (KSR) Korpas Sukarela adalah kesatuan unit PMI yang menjadi wadah bagi anggota biasa dan perseorangan yang atas kesadaran sendiri menyatakan menjadi anggota KSR.

Guna menjangkau kebutuhan masyarakat desa ataupun kelurahan yang ada di kota Surakarta, terutama dalam penanggulangan bencana ataupun tindakan medis lainnya, PMI

Kota Surakarta menginisiasi adanya siaga bencana berbasis masyarakat atau dikenal dengan istilah SIBAT yang menjadi tangan panjang kegiatan kemanusiaan di kelurahan-kelurahan Surakarta. Dengan membekali masyarakat keterampilan dasar-dasar dalam pertolongan sehingga apabila ada bencana, masyarakat dapat berkerjasama dengan instansi terkait atau pemangku kebijakan. Saat ini SIBAT PMI Surakarta telah diakui secara nasional hingga internasional, terbukti saat ada kegiatan melibatkan palang merah internasional di berbagai negara, SIBAT diikutsertakan sebagai relawan.



Gambar 11. SIBAT melakukan sosialisasi dan promosi kesehatan ke masyarakat (Sumber : Dokumentasi PMI Kota Surakarta)

“Ada relawan PMI yang berbasis SIBAT ada yang kadang jadi naruto, *harvest mounth*, jadi tokoh-tokoh tertentu lalu terjun langsung ke masyarakat agar lebih mengenal PMI.”(Hasil wawancara dengan Staf Public Relations dan Research and Developmen, Dhea Ayu Sabrina A.Md.Kes. Pada tanggal 19 Februari 2020)



Gambar 12. Relawan PMI berbasis SIBAT menggunakan pakaian kartun agar menarik masyarakat  
(Sumber : Dokumentasi PMI Kota Surakarta)

“Dalam mensosialisasikan Griya PMI salah satunya dengan terjun langsung ke masyarakat. Kita ada sosialisasi dengan masyarakat yaitu SIBAT, personil PMI kan terbatas sedangkan kota Solo itu luas lalu kita membuat SIBAT untuk melatih dan memperkenalkan PMI, kita membentuk SIBAT dan kita latih sampai benar-benar kompeten. SIBAT itu kita ambil dari masyarakat (kelurahan) di kumpulkan dan di latih menjadi tim PMI di daerahnya dan setiap dikelurahan Surakarta mempunyai SIBAT dan kita juga mempunyai grup SIBAT untuk mempermudah dalam menyalurkan informasi mengenai PMI.” (Hasil wawancara dengan Staf Public Relations dan Research and Developmen, Dhea Ayu Sabrina A.Md.Kes. Pada tanggal 19 Februari 2020)

Sama halnya yang disampaikan oleh Kepala Public Relations dan Research and Developmen.

“Kita sudah terkoneksi dengan relawan yang ada di kelurahan, kecamatan. Surakarta ada 54 kelurahan dan semua itu sudah ada relawan SIBAT (Siaga Bencana Berbasis Masyarakat) yang menjadi salah satu tangan panjang PMI Surakarta. Setiap kegiatan PMI kita berinteraksi dengan relawan SIBAT dan relawan SIBAT itu setiap seminggu 2 kali ke Griya. Para relawan ini kami berikan keterampilan dahulu kemudian di salurkan ke masyarakat luas.” (Hasil wawancara dengan Dedy Cahyo Nugroho, S. Kom. Pada tanggal 23 Januari 2020)

PMI Kota Surakarta juga mempunyai program yang bernama *Character Building Camp* (CBC) dan *Humanity Trip* program ini berkerja sama dengan sekolah-sekolah yang ada di Surakarta. *Character Building Camp* di tujukan untuk anak-anak usia remaja dengan mengajak ke Griya PMI dengan tujuan meningkatkan kapasitas remaja terutama dalam beberapa aspek seperti jiwa sosial, kemandirian, kepedulian, dan membuka mata hati mereka bahwa masih banyak yang jauh kurang beruntung dari pada kita serta masih banyak orang yang membutuhkan bantuan kita. Sedangkan *Humanity Trip* merupakan program yang dilakukan dengan mengajak anak-anak Tk untuk berkeliling di PMI, memberikan informasi mengenai seputar PMI dan turut dikemas untuk mensosialisasikan Griya.

“PMI Kota Surakarta mempunyai program namanya *Humanity trip* (mengajak siapapun itu untuk datang ke PMI), berkerjasama dengan sekolah-sekolah dan kami ajak melihat kegiatan sosial di PMI jadi diajak kesini melihat tempat donor darah kemudian masuk ke lab, melihat pengelolaan darah, melihat posko penanggulangan bencana, alatnya apa saja termasuk ke ambulans, cuci darah prosesnya seperti apa dan terakhir itu ke Griya dan pesertanya mulai dari paud sampai orang tua. Di tahun 2019 kemarin hampir semua paud dan TK di Surakarta hampir pernah ke PMI dan mereka tidak takut berinteraksi dengan warga Griya. Biasanya di Griya itu mereka membawa makanan dan berinteraksi dengan warga.” selain *Humanity Trip* kita juga ada *Character Building Camp* (CBC) yang biasanya kami berkerjasama dengan sekolahan mengadakan kegiatan full di Griya berkegiatan disana. (Hasil wawancara dengan Kepala Public Relations dan Research and Developmen, Dedy Cahyo Nugroho, S. Kom. Pada tanggal 23 Januari 2020)



Gambar 13. Kunjungan SMA Batik 1 Surakarta Ke Griya PMI  
(Sumber: Dokumentasi PMI Kota Surakarta)

Humas juga melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah di Surakarta mengenai informasi dan program-program PMI Kota Surakarta dan turut pula mensosialisasikan Griya PMI.



Gambar 14. Sosialisasi humas PMI Kota Surakarta saat masa orientasi siswa  
(Sumber: Dokumentasi PMI Kota Surakarta)

Gambar tersebut menunjukkan kegiatan yang dilakukan humas PMI Kota Surakarta dalam rangka peduli terhadap generasi muda agar semakin banyak generasi muda yang peduli terhadap sesama dan selalu bersyukur dengan apa yang dimiliki sekaligus

mensosialisasikan kegiatan dan program-program PMI termasuk Griya PMI Surakarta.

PMI Kota Surakarta juga menjalin relasi dengan pemerintah dan tokoh-tokoh penting di Indonesia termasuk publik figure.



Gambar 15. Kunjungan Komisi IV DPRD Surakarta Ke Griya PMI Surakarta (Sumber: Dokumentasi PMI Kota Surakarta)

“Komunikasi dengan pemerintah kita melalui pengurus PMI kalau ada komunikasi yang mencakup pemerintahan, dll itu kalau di PMI melalui pimpinan terlebih dahulu karena istilahnya kan pimpinan PMI itu pemangku kebijakan atau yang melobi pemerintah itu biasanya pimpinan kami kemudian untuk teknis kerjasamanya baru humas.” (Hasil wawancara dengan Kepala Seksi Kemitraan, Kerjasama dan Humas, M. Arif Hidayat, S. Kom. Pada tanggal 1 Agustus 2020)

“Kemarin juga pernah shooting dengan Cut mimi, mereka datang kesini dan shotting kesini dan kita juga berkerjasama dengan kitabisa.com kalau butuh donasi kita pakai kitabisa.com” (Hasil wawancara dengan Koordinator Setral Griya PMI, Dita Kumalasari. Pada tanggal 19 Februari 2020)



Gambar 16. Kunjungan Artis Cut Mini di Griya PMI Surakarta  
(Sumber: Dokumentasi PMI Kota Surakarta)

Humas berharap kunjungan publik figure seperti ini menjadikan semakin banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan Griya PMI serta menjadi motivasi bagi masyarakat untuk lebih peduli lagi terhadap sesama.

## 2) Menjalin Hubungan dengan Komunitas Sekitar Organisasi

Selain kegiatan diatas, humas PMI Kota Surakarta juga melakukan *community relations* dengan masyarakat sekitar PMI dan sekitar Griya PMI. Kegiatan ini biasanya dilakukan dengan mengundang masyarakat atau perwakilan tokoh masyarakat sekitar organisasi untuk menghadiri kegiatan maupun pertemuan yang dilakukan antara pihak PMI dan stakeholder.

“Setiap kegiatan di Griya PMI pasti kita mengundang masyarakat untuk apapun kegiatannya dan banyak juga masyarakat yang hadir, tergantung kegiatannya. Kadang juga naik turun tetapi setiap kegiatan pasti ada perwakilan yang hadir entah dari rt/rw/masyarakat sekitar.”(Hasil wawancara dengan Kepala Public Relations dan Research and Developmen, Dedy Cahyo Nugroho, S. Kom. Pada tanggal 23 Januari 2020)

Setiap ada *event* selalu biasanya melibatkan masyarakat sekitar dan relawan-relawan seperti jalan sehat, besar nasional, hari kartini, 17 Agustus, hari besar idul fitri, idul adha menyembelih hewan korban , termasuk saat bulan ramadhan mengadakan buka bersama dan halal bi halal. PMI Kota Surakarta juga memperbolehkan masyarakat merayakan ulang tahun, syukuran di Griya PMI.

“*Event* nasional seperti saat hari kartini, 17 Agustus, sumpah pemuda, dll itu kita bikin kegiatan yang intinya PMI Surakarta ingin menunjukkan meskipun mereka memiliki gangguan kejiwaan dan lansia terlantar di jalan tetapi mereka juga manusia yang perlu kita manusiakan dan mempunyai hak yang sama untuk berinteraksi dengan masyarakat. *Event-event* seperti ini biasanya kami berkerja sama dengan masyarakat sekitar dan dengan relawan-relawan termasuk pada saat Ramadhan kita mengadakan buka bersama dengan mengajak masyarakat untuk buka bersama dengan kita kemudian halal bihalal. Setiap kegiatan pasti kita mengajak masyarakat. Dan juga kita membuat masjid di samping Griya, yang fungsinya untuk beribadah sekaligus mengakrabkan masyarakat sekitar dengan warga Griya untuk bisa lebih berinteraksi. ”(Hasil wawancara dengan Kepala Public Relations dan Research and Developmen, Dedy Cahyo Nugroho, S. Kom. Pada tanggal 23 Januari 2020)

Selain itu di Griya PMI juga didirikan masjid yang fungsinya untuk beribadah sekaligus mengakrabkan masyarakat sekitar dengan warga Griya dan terbukti banyak masyarakat sekitar Griya sholat di masjid Griya PMI sehingga tidak ada ketakutan lagi dengan warga Griya karena masyarakat sudah terbiasa selalu berinteraksi dengan warga Griya.



“Masjid aktif, banyak masyarakat yang dekat sini sholat disini, sudah tidak ada yang takut dengan warga Griya karena masyarakat sudah terbiasa karena kita selalu berinteraksi dengan masyarakat sekitar misalnya jalan sehat, dan kita sudah berdiri cukup lama.”(Hasil wawancara dengan Koordinator Setral Griya PMI, Dita Kumalasari. Pada tanggal 19 Februari 2020)

Aksi lain yang dilakukan untuk lebih mengakrabkan dengan masyarakat atau komunitas adalah dengan mengadakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat atau komunitas yang ada di lingkungan luar sekitar perusahaan dengan memberikan bantuan yang bertujuan untuk menciptakan rasa kekeluargaan, dengan memperdulikan masyarakat sekitar organisasi sehingga membuat masyarakat tidak merasa diasingkan. Apabila organisasi dapat menjalankan dengan baik maka akan menghasilkan dukungan masyarakat yang tinggi terhadap organisasi tersebut. Hal ini, tentunya berdampak positif bagi kedua belah pihak. Masyarakat sebagai pihak yang menerima program CSR, merasa senang diperdulikan oleh organisasi sementara bagi organisasi CSR selain sebagai upaya kontribusi terhadap masyarakat sekitar juga memudahkan untuk mensosialisasikan program-program dan bentuk investasi jangka panjang dalam upaya meningkatkan citra dan keberlangsungan organisasi selain itu juga untuk lebih mengakrabkan dengan masyarakat atau komunitas setempat.

Bantuan yang diberikan terdiri dari beberapa bidang seperti saat perayaan idul adha menyembelih hewan kurban di Griya dan hewan kurban dibagikan kepada masyarakat sekitar, pada saat ramadhan mengadakan buka bersama dengan masyarakat sekitar, masyarakat sekitar diperbolehkan sholat berjamaah dimasjid Griya.



Gambar 17. Penyembelihan hewan kurban di Griya PMI Surakarta  
(Sumber : Dokumentasi PMI Kota Surakarta)

Gambar diatas saat penyembelihan hewan kurban bersama masyarakat saat idul adha di Griya PMI. Melalui kegiatan ini, Griya PMI senantiasa melibatkan dan berbagi serta mendistribusikan daging-daging kurban kepada masyarakat yang kurang mampu dan masyarakat sekitar lingkungan Griya.

Selain itu ada kegiatan CSR yaitu Susur Kampung yang diadakan PMI Kota Surakarta untuk pengobatan keliling di wilayah terpencil di Surakarta bersama humas PMI dan para dokter muda. Kegiatan ini merupakan bentuk kepedulian PMI Kota Surakarta

dalam bentuk pelayanan kesehatan (pengobatan gratis) langsung ke masyarakat.

“Kita ada kegiatan namanya Susur Kampung, Susur Kampung ini kita berkerjasama dengan Fakultas Kedokteran UNS untuk keliling ke masyarakat di daerah-daerah pinggiran dengan menyadarkan masyarakat akan pentingnya kesehatan, cek kesehatan, saat Susur Kampung kita melihat masyarakat yang membutuhkan bantuan kita bisa mengusulkan ke PMI lalu bisa di *follow up* dengan dompet kemanusiaan kalau di *acc* kita berikan bantuan” (Hasil wawancara dengan Staf Bidang Public Relations dan Reseach and Developmen, Dhea Ayu Sabrina A.Md. Kes. Pada tanggal 19 Februari 2020)



Gambar 18.Susur Kampung di Pinggiran Rel Surakarta bersama dokter muda UNS Surakarta(Sumber : Dokumentasi PMI Kota Surakarta)

Gambar tersebut menunjukkan kegiatan *Corporate Sosial Responsibility* yang di lakukan PMI Kota Surakarta yaitu kegiatan susur kampung berkerjasama dengan Fakultas Kedokteran UNS. Adanya kegiatan ini diharapkan dapat membantu masyarakat kurang mampu dalam peningkatan pelayanan kesehatan. Ditinjau dari tujuan humas, kegiatan ini dilakukan sebagai salah satu cara sosialisasi untuk mengubah persepsi masyarakat yang sebagian besar masyarakat mengetahui PMI Kota Surakarta hanya untuk

donor darah akan tetapi juga ada program kemanusiaan lainnya yang salah satunya Griya PMI.

Selain itu ada juga *Ambulance* gratis, dompet kemanusiaan, dompet kemanusiaan ini bertujuan untuk menghimpun dana dari masyarakat dan 100 % di berikan kepada masyarakat yang membutuhkan dengan tidak membedakan agama, bangsa, ras, golongan, warna kulit, jenis kelamin dan bahasa.

“Saat pandemi ini kita turut mensosialisasikan tentang program-program pemerintah untuk cuci tangan, pakai masker, kita juga menyerperotkan cairan disinfektan ketempat-tempat di Solo, serta pembagian *hand sanitizer*, *hand soap* dan 10.000 masker dibagikan ke masyarakat.” (Hasil wawancara dengan Staf Bidang Public Relations dan Reseach and Developmen, Dhea Ayu Sabrina A.Md.Kes. Pada tanggal 16 Juli 2020)

Dengan adanya kegiatan-kegiatan tersebut humas PMI Kota Surakarta dan para karyawan serta relawan dapat bertemu langsung dengan masyarakat sehingga memudahkan untuk mensosialisasikan Griya PMI serta menunjukkan bagaimana kepedulian PMI Kota Surakarta terhadap masyarakat.

### c. *Media Relations*

Media relations dan kerja publisitas yang canggih menjadi unsur penting bagi praktik humas, dalam banyak hal membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dengan media, tetap menjadi tugas dalam praktik humas.

Keberadaan humas dalam sebuah organisasi sosial merupakan suatu keharusan untuk mempublikasikan semua kegiatan atau aktivitas organisasi yang bersangkutan baik hubungan ke dalam maupun hubungan dengan masyarakat luar. Dalam mempublikasikan informasi, humas tentu membutuhkan peran serta media untuk mempublikasikan seluruh kegiatan yang dijalankan sehingga hubungan dengan media masih merupakan kegiatan yang menjadi fokus humas karena media saat ini masih menempati posisi dan peran yang sangat penting bagi organisasi, hal ini dijelaskan McQuail dalam Suwatno (2018:69) menjelaskan karakteristik media yang membuat memiliki peran yang penting antara lain sebagai sumber kekuasaan, sebagai arena publik, sebagai definisi dan realitas sosial, sebagai kunci utama untuk meraih ketenaran dan popularitas, sebagai tolak ukur normalitas dalam kehidupan masyarakat.

Media memberikan cara yang ekonomis dan efektif untuk berkomunikasi dengan publik luas dan menyebar. Dalam hal ini, media berfungsi menjadi penjaga gerbang atau penyaring tempat praktisi humas menjangkau publik umum dan kelompok lainnya yang dukungannya di perlukan (Lattimore & Dkk, 2014:200).

Hubungan media yang baik dapat berkontribusi pada tujuan strategis jangka panjang organisasi seperti memperbaiki citra perusahaan, membangun profil media yang lebih baik, memperbaiki hubungan dengan masyarakat, meningkatkan sasaran pasar, dll.

Humas juga melaksanakan kegiatan publikasi, informasi, dan pemberitaan terkait organisasi, tidak hanya menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat akan tetapi juga menjalin hubungan baik dengan media, melaksanakan rapat kerja humas, kliping berita, meliput dan menshare ke sosial media mengenai kegiatan yang berhubungan dengan PMI Kota Surakarta termasuk Griya PMI

Aktivitas yang dilakukan oleh humas PMI Kota Surakarta selanjutnya adalah menjalin hubungan baik dengan media untuk berkerjasama menyampaikan informasi melalui mediana masing-masing. Dalam pelaksanaan kegiatan, PMI Kota Surakarta telah berkerja sama dengan media cetak maupun media online yang membantu publikasi kegiatan organisasi. Dari hasil wawancara penulis, humas hampir berkerjasama dan menjalin hubungan dengan wartawan dari berbagaimedia di Solo seperti TA Media Group, Solo Trans, Solopos, Jawa Pos, Radar Solo, Sindo dll bahkan media nasional.

“Kita beberapa kali pernah berhasil kontak dengan media nasional mengenai Griya PMI termasuk relawan kami pernah diundang ke TV, pernah juga NET TV melakukan liputan di Griya PMI. Kalau Griya saya sudah yakin lingkupnya sudah nasional” (Hasil wawancara dengan Kepala Public Relations dan Research and Developmen, Dedy Cahyo Nugroho, S. Kom. Pada tanggal 23 Januari 2020)

“Kalau pemberitaan media lingkup nasional sudah tetapi kalau masyarakat Indonesia itu kurang tau kalau PMI Kota Surakarta itu punya Griya PMI.”(Hasil wawancara dengan Kepala Seksi Kemitraan, Kerjasama dan Humas, M. Arif Hidayat, S. Kom. Pada tanggal 1 Agustus 2020)

*Media relations* di PMI Kota Surakarta memiliki agenda kegiatan lain yang diperuntukan untuk wartawan yaitu *press conference*, kegiatan ini mengundang wartawan dan perwakilan media massa untuk menyampaikan suatu informasi atau statement. Dengan diadakannya *press conference* pengumuman atau berita yang perlu diluruskan akan lebih mudah disampaikan kepada publik seperti membenarkan berita yang tidak benar/negative tentang PMI Kota Surakarta, membina hubungan langsung dengan media.

“Pernah mengundang media kesini bahkan minggu kemarin kami (PMI) ada apel siaga bencana kami mengundang media untuk datang kesini kita melakukan *press conference* dan banyak apresiasi media yang datang” (Hasil wawancara dengan Kepala Public Relations dan Research and Developmen, Dedy Cahyo Nugroho, S. Kom. Pada tanggal 23 Januari 2020)

Humas dan media merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Keduanya saling membutuhkan, humas menjadi sumber berita bagi media sedangkan media menjadi sarana publisitas bagi humas mengenai organisasi yang di naungi sehingga lebih dikenal publik luas. Hubungan dengan wartawan dengan praktisi humas merupakan sesuatu hal yang tidak mudah. Namun, jika humas memahami media dan peran wartawan, hubungan yang positif dapat di bangun dan memberikan manfaat bagi kedua belah pihak. Humas yang baik berawal dari hubungan personal dengan wartawan, suasana

saling ketergantungan akan meningkat ketika humas berurusan dengan wartawan spesialis yang meliput organisasi.

Hal ini juga diterapkan humas PMI Kota Surakarta yaitu menjalin hubungan dengan wartawan secara intens terlihat dari adanya grup antara humas dan wartawan.

“Humas menjalin kedekatan personal antar wartawan seperti Solopos, Jawapos, Radar Solo, Sindo, dll, sepenuhnya sudah ada di grup saya” (Hasil wawancara dengan Kepala Public Relations dan Research and Developmen, Dedy Cahyo Nugroho, S. Kom. Pada tanggal 23 Januari 2020)



Gambar 19. Grup *whatsapp* humas PMI Kota Surakarta dengan berbagai media yang berkerjasama (Sumber: Dokumentasi PMI Kota Surakarta)

Untuk menjalin hubungan yang baik antara humas dan media, tidak hanya media massa yang berkunjung ke PMI Kota Surakarta, humas juga melakukan *media visit* ke media massa yang berkerjasama dengan PMI Kota Surakarta.





Gambar 20. Humas PMI Kota Surakarta berkunjung ke radio Metta FM (Sumber : Dokumentasi PMI Kota Surakarta)

Gambar tersebut merupakan salah satu kegiatan humas PMI Kota Surakarta untuk menjalin hubungan yang baik dengan semua media massa. Hubungan yang terjalin bukan hanya dalam urusan pekerjaan saja melainkan bisa mendapatkan pengalaman baru untuk saling bertukar pengalaman (*sharing*) satu sama lain. Melihat banyaknya kegiatan dan program-program yang ada di PMI Kota Surakarta peran media sangat dibutuhkan untuk mempublikasikan informasi dan kegiatan yang sedang atau telah terjadi. Hubungan ini bukan hanya dalam lingkup organisasi saja melainkan juga mengikutsertakan wartawan secara individu untuk mengenal lebih jauh wartawan tersebut.

Dengan banyaknya kegiatan dan publikasi yang dilakukan tersebut, membuat Griya PMI semakin dikenal dimata masyarakat Surakarta dan masyarakat luas. Kegiatan *media relations* yang dilakukan diatas harus terus dilakukan, karena kegiatan ini bertujuan

agar semua informasi dan kegiatan terkait Griya PMI diketahui publik sehingga sosialisasi berjalan dengan baik. Tanpa adanya media maka organisasi tidak akan dikenal publik. Selain melakukan aktivitas *human relations*, *community relations*, dan *media relations* pada temuan peneliti, humas juga melakukan kegiatan publikasi melalui media sosial dan media cetak.

#### 1) Media Sosial

Di Indonesia kita bisa dengan mudah mendapati bahwa sudah banyak organisasi maupun perusahaan tanah air yang memanfaatkan media sosial untuk mendukung program-program humas. Pengenalan media sosial telah membuka peluang terjadinya interaksi langsung antara sebuah organisasi dengan beragam stakeholdernya. Berikut publikasi PMI Kota Surakarta melalui media sosial seperti Instagram, Twitter, Youtube dan Website. Media sosial ini bertujuan untuk lebih mendekatkan dan mempopulerkan nama PMI Kota Surakarta di dunia maya.

##### a) Instagram

Instagram menjadi salah satu media sosial yang populer di kalangan anak muda, remaja, maupun orangtua, sehingga media sosial sangat efektif dimanfaatkan untuk tujuan tertentu. Instagram berisikan foto-foto, video, dan dilengkapi dengan caption dari foto dan video tersebut. Instagram memungkinkan pengguna mengambil foto,

menerapkan filter digital dan membagikan ke berbagai media sosial lainnya karena saling berkaitan dengan facebook dan twitter.

Media sosial ini digunakan untuk mempublikasi, mensosialisasikan serta meningkatkan citra PMI. Agar publik mengetahui jika PMI Kota Surakarta selalu aktif dalam kegiatan apapun termasuk dalam mensosialisasikan Griya PMI Surakarta. Setiap informasi kegiatan, humas PMI Kota Surakarta yang mengelola langsung instagram akan mempublikasi informasi maupun kegiatan tersebut. Hal ini bertujuan untuk mengenalkan PMI Kota Surakarta termasuk pula program-program PMI yang salah satunya adalah Griya PMI Surakarta keseluruhan pengguna instagram.

“Website, instagram, twitter, youtube dan aktif semua terupdate semua. Sebenarnya kita punya facebook tapi kemarin kita kena banned jadi ini masih dalam proses mengembalikan akun facebook yang lama sementara yang aktif di Website, instagram, twitter, youtube. Yang paling efektif diantara sosmed itu adalah instagram karena pengaruhnya sangat luar biasa.”(Hasil wawancara dengan Staf Bidang Public Relations dan Reseach and Developmen, Dhea Ayu Sabrina A.Md.Kes. Pada tanggal 19 Februari 2020)

Berdasarkan wawancara dengan humas PMI, media sosial instagram merupakan media yang saat ini paling efektif digunakan dari pada media sosial lainnya, terbukti dari pengikut Instagram @pmisurakarta sudah mencapai ribuan. Berikut tampilan Instagram PMI Kota Surakarta.



Gambar 21. Sosial Media Instagram PMI Kota Surakarta  
(Sumber: Instagram PMI Kota Surakarta)

Gambar diatas merupakan bentuk kegiatan PMI Kota Surakarta dalam mensosialisasikan program-program PMI Kota Surakarta yang salah satunya adalah Griya PMI Surakarta, dengan berbagai kegiatan yang dilakukan tersebut diharapkan semakin banyak masyarakat mengetahui keberadaan Griya PMI Surakarta. Cara mengakses instagram PMI Kota Surakarta sangat mudah, tinggal mengetik nama PMI Surakarta di halaman pencarian atas instagram maka akun PMI Kota Surakarta sudah bisa dilihat. Terkait upload konten untuk Instagram humas mempunyai teknik tersendiri seperti penuturan Staf Bidang Public Relations dan Reseach and Developmen, Dhea Ayu Sabrina A.Md.Kes

“Karena kita sasarannya masyarakat milenial sehingga kita sesuaikan dengan kaum-kaum milenial. Justru ketika kita menulis caption yang bercanda dan mengajak

berinteraksi, kita mendapat komentar banyak sekali dan lebih fleksible. Kita menyadari bahwa pengguna sosial media itu milenial sekali, sehingga kita menggunakan caption yang fleksibel dan mereka mudah memahami. Kita biasanya menggunakan hastag #PMISolo #PMISIapbantu, add ke Walikota Surakarta, Gubernur Jawa Tengah, Smart Hadinoto (CEO PMI), Agenda Solo, Solo Info, dll yang lumayan mempunyai impact positif, mempunyai peran vital di kota Solo. Sejauh ini kita untuk donasi tidak pernah menggunakan kalimat seperti menggurui, kalau kita menggunakan dalil atau kata mutiara takutnya malah kita dirasa menggurui jadi captionnya lebih fleksible yang lebih mengena kepada masyarakat, karena donasi kita sudah lumayan lancar jadi malah jarang memposting mengenai donasi, karena tingkat kepercayaan masyarakat kepada PMI sudah cukup besar.”(Hasil wawancara dengan Staf Bidang Public Relations dan Research and Developmen, Dhea Ayu Sabrina A.Md.Kes. Pada tanggal 19 Februari 2020)

Informasi ini sejalan dengan pernyataan admin Instagram bahwa untuk teknik upload ke media sosial.

“Kalau masalah publikasi ke media, PMI punya orang yang bisa dikatakan sebagai *influencer* yaitu sahabat gorgi dan koprak bagyo (purnawirawan TNI) yang cukup aktif di media sosial dan followersnya juga lumayan cukup banyak. Setiap humas posting pasti kami mention mereka agar followersnya juga tahu. Sahabat Gorgi dan Koprak Bagyo ini merupakan relawan PMI dan berkerjasama dengan PMI. Terkait hastag PMI sudah ada #PMISIapbantu, #PMISolo dan mention ke temen-temen yang menurut kami *followersnya* cukup banyak kemudian ada pemerintah seperti pak Rudy (Walikota Solo), pak Ganjar (Gubernur Jawa Tengah), influencer yang followersnya tinggi” (Hasil wawancara dengan Kepala Public Relations dan Research and Developmen, Dedy Cahyo Nugroho, S. Kom. Pada tanggal 23 Januari 2020)

#### b) Twitter

Twitter merupakan salah satu media sosial yang diminati kaum milenial. Tingginya popularitas twitter menyebabkan layanan ini dimanfaatkan untuk berbagai

keperluan, misalnya untuk sosialisasi, kampanye, media komunikasi dan lain sebagainya. Hal ini yang dilirik humas PMI Kota Surakarta untuk mempublikasikan kegiatan dan mensosialisasikan program-program PMI yang salah satunya adalah Griya PMI.



Gambar 22. Sosial Media Twitter PMI Kota Surakarta

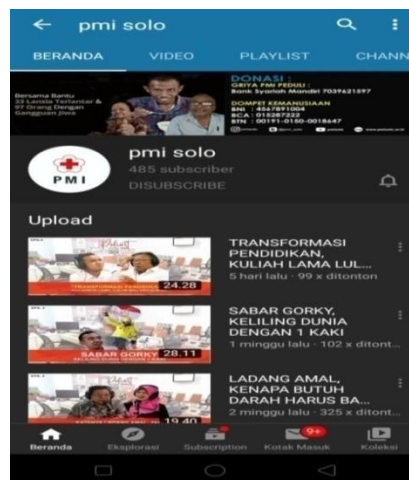
(Sumber: Twitter PMI Kota Surakarta)

Dalam gambar tersebut terlihat di foto sampul berisi tentang Griya PMI dengan mengajak berdonasi dan dompet kemanusiaan. Humas PMI dalam mensosialisasikan Griya PMI melalui media sosial twitter hampir sama dengan media sosial instagram yaitu dengan publikasi kegiatan yang ada di Griya, maupun program-program donasi lainnya.

c) Youtube

Saat ini, youtube di kenal sebagai media sosial berbagi video yang cukup populer, youtube tidak lagi hanya dijadikan sebagai media sosial untuk berbagi video pribadi tetapi sudah merambah menjadi media promosi yang efektif. Youtube membawa pengaruh besar besar saat ini, dengan berbagai fitur lengkap, pengguna youtube semakin dimanjakan untuk mengenal berbagai macam informasi melalui video.

“Dan beberapa hari lalu karena baru ada corona seperti ini, kita banyak main di sosial media, kita baru launching podcast, itu juga salah satunya menekan sosialisasi tentang PMI jadi biar masyarakat mengenal lebih jauh tentang PMI. Karena ada pandemi korona seperti ini kita bikin podcast untuk mensosialisasikan PMI ke masyarakat dengan mengundang narasumber-narasumber yang sekiranya bisa memberikan informasi yang lebih.”(Hasil wawancara dengan Staf Bidang Public Relations dan Reseach and Developmen, Dhea Ayu Sabrina A.Md.Kes. Pada tanggal 16 Juli 2020)



Gambar 23. Sosial media Youtube PMI Kota Surakarta  
(Sumber: Youtube PMI Kota Surakarta)

“Di tahun 2019 kemarin saya berhasil memposting 90-100 video. Target video youtube dari PMI sebenarnya tidak ada target tapi di program kerja memang ada hanya sekitar 10-20 video dan itu kan sudah lebih mencapai target dan sekarang juga saya naikan targetnya.” (Hasil wawancara dengan Kepala Bidang Public Relations dan Research and Developmen, Dedy Cahyo Nugroho, S. Kom. Pada tanggal 19 Februari 2020)

Guna menjalin komunikasi dengan publik PMI Kota Surakarta juga mengelola website [www.pmisurakarta.or.id](http://www.pmisurakarta.or.id) dan melakukan update konten mengenai program-program dan informasi mengenai PMI namun keaktifan website minim sekali karena jarang masyarakat membuka website, lebih cepat membuka media sosial dan masyarakat terlihat lebih banyak antusiasnya di media sosial.

## 2) Media Cetak

Adapula kegiatan yang lainnya mengenai publikasi media cetak juga bisa ditemukan publik temukan melalui publikasi berupa pembuatan brosur, *company profile*.

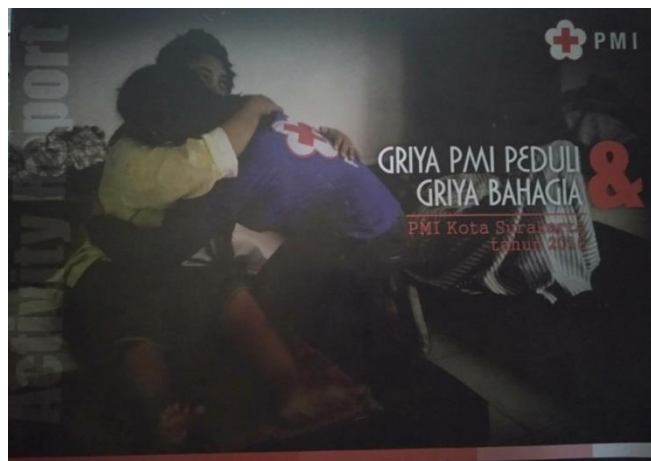


Gambar 24. Contoh brosur untuk sosialisasi sekaligus untuk donasi di Griya PMI (Sumber: Dokumentasi PMI Kota Surakarta)





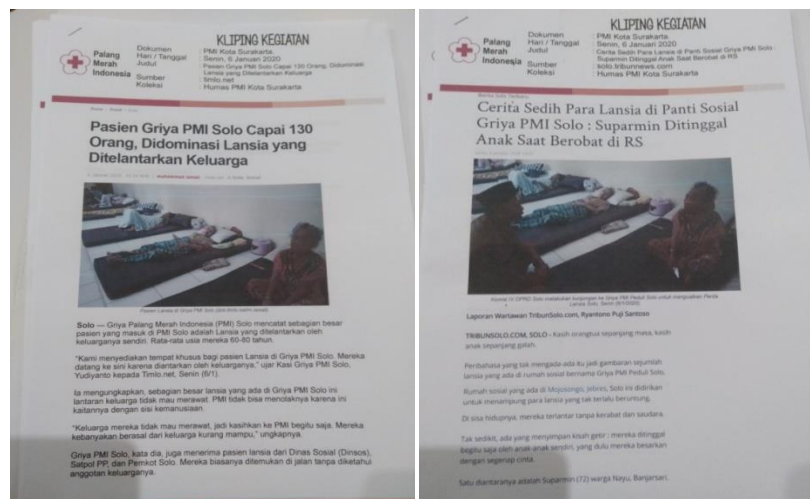
Gambar 25. Brosur Griya PMI Kota Surakarta  
(Sumber: Dokumentasi PMI Kota Surakarta)



Gambar 26. *Company Profile* Griya PMI Surakarta  
(Sumber: Dokumentasi PMI Kota Surakarta)

Aktivitas humas setelah melakukan kegiatan humas yaitu melakukan evaluasi. Evaluasi menuntut adanya suatu tolak ukur kegiatan humas di PMI Kota Surakarta. Untuk mengetahui keberhasilan aktivitas humas diperlukan suatu penilaian yang dilakukan oleh publik internal maupun eksternal. Kegiatan evaluasi dipandang penting karena memberikan masukan untuk memperbaiki strategi dan aktivitas kedepan dalam mensosialisasikan Griya PMI sehingga dapat berjalan secara optimal. Salah satunya adalah ketika mengetahui apakah upaya yang

dijalankan dalam *media relations* optimal, humas PMI Kota Surakarta melakukan media monitoring dengan mengawasi/memonitor, dokumentasi berita yang masuk di media (kliping). Hal ini diperlukan sebagai sebuah bahan dokumentasi pemberitaan media mengenai sesuatu hal yang dianggap penting, sebagai bahan pantauan terhadap aspirasi/opini publik yang sedang berkembang dan sebagai masukan dan evaluasi untuk menyusun kebijakan organisasi selanjutnya terutama yang berhubungan dengan publik eksternal.



Gambar 27. Contoh kliping Humas PMI Kota Surakarta yang mendapat pemberitaan mengenai Griya PMI di Timlo dan Tribun Solo (Sumber : Dokumentasi PMI Kota Surakarta)

Evaluasi ini agendanya selain pertanggungjawaban, juga menyusun program kerja untuk kegiatan sosialisasi selanjutnya yang akan dilakukan. Penyusunan program kerja selanjutnya tidaklah harus program yang benar-benar baru dan berbeda dari kegiatan sebelumnya, tetapi bisa jadi merupakan kelanjutan dari program kerja dan inovasi berikutnya yang belum sempat terselesaikan dengan baik dan perlu disesuaikan dengan

beberapa perbaikan. Evaluasi mengenai sosialisasi di era pandemi korona saat ini, humas hanya bisa beberapa kali mensosialisasikan Griya PMI secara langsung dengan masyarakat tetapi humas melakukan inovasi dengan lebih gencar mensosialisasikan lewat media sosial bahkan sampai membuat podcast di youtube.

Kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan oleh humas PMI Kota Surakarta telah memberikan efek sosialisasi terlaksana dengan baik terbukti dari tahun ke tahun pengetahuan masyarakat mengenai Griya PMI meningkat dan setiap kelurahan di Kota Surakarta sudah terkoneksi dengan relawan PMI Kota Surakarta sehingga sosialisasi yang dilakukan telah menambah pengetahuan masyarakat mengenai Griya PMI namun tidak terlepas dari masih ada beberapa masyarakat yang belum mengetahui.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah peneliti uraikan pada bab sebelumnya, kegiatan yang sudah dilakukan oleh humas PMI Kota Surakarta menggunakan beberapa strategi yaitu:

1. Aktivitas humas yang pertama *human relations* dimana aktivitas yang dilakukan disini yaitu memelihara keakraban dan kekompakan antara sesama karyawan dan atasan maupun sebaliknya serta relawan di PMI Kota Surakarta, dengan membentuk grup whatsapp yang anggotanya seluruh karyawan PMI Kota Surakarta maupun grup per subbagian dan grup relawan, mengadakan kegiatan perkumpulan rapat rutin dan sosialisasi program kerja serta liburan bareng bersama seluruh karyawan dan keluarga setiap setahun dan dua tahun sekali, menjalin hubungan baik dengan relawan serta memberikan penghargaan untuk relawan yang berprestasi.
2. Aktivitas humas yang kedua yaitu *community relations* kegiatan yang dilakukan meliputi perkumpulan dengan komunitas Griya Schizofren, membentuk dan melakukan pelatihan pada relawan relawan TSR (Tenaga Suka Rela), PMR (Palang Merah Indonesia), KSR (Korpas Sukarela), SIBAT (Siaga Bencana Berbasis Masyarakat) serta selalu melibatkan/mengundang masyarakat maupun komunitas dan relawan

setiap Griya PMI mengadakan kegiatan. Selain itu PMI Kota Surakarta juga memiliki kepedulian kepada masyarakat Kota Surakarta dengan seperti adanya susur kampung, ambulance gratis dan dompet kemanusiaan, dll.

3. Aktivitas humas yang ketiga yaitu *media relations* yang dilakukan oleh Humas PMI Kota Surakarta dalam mensosialisasikan Griya berkerjasama dengan hampir seluruh media yang ada di Surakarta Kegiatan yang dilakukan dengan media yaitu *media visit, press conference* serta kegiatan promosi lainnya dengan menggunakan media sosial, membuat brosur, *company profile* Griya PMI. Kegiatan ini bertujuan agar sosialisasi Griya PMI berjalan dengan baik sehingga banyak masyarakat luas yang mengetahui.

Dari evaluasi yang telah dilakukan bahwa kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan oleh humas PMI Kota Surakarta telah memberikan efek sosialisasi terlaksana dengan baik terbukti dari tahun ke tahun pengetahuan masyarakat mengenai Griya PMI meningkat dan setiap kelurahan di Kota Surakarta sudah terkoneksi dengan relawan PMI Kota Surakarta sehingga sosialisasi yang dilakukan telah menambah pengetahuan masyarakat mengenai Griya PMI namun tidak terlepas dari masih ada beberapa masyarakat yang belum mengetahui.

## **B. Keterbatasan Masalah**

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai prosedur ilmiah, namun dengan demikian masih memiliki keterbatasan sebagai berikut:

1. Peneliti hanya dibatasi untuk mengetahui aktivitas humas PMI Kota Surakarta dalam mensosialisasikan Griya PMI. Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan aktivitas ini dengan menggunakan *human relations*, *community relations*, dan *media relations*. Kegiatan tersebut dilakukan agar publik mengetahui Griya PMI. Tanpa adanya *human relations* maka organisasi tidak akan berjalan sampai sekarang sebab *human relations* sangat mempengaruhi setiap langkah perusahaan. Sedangkan *community relations* bertujuan untuk menjalin hubungan baik dengan masyarakat maupun komunitas di sekitar organisasi. Selanjutnya *media relations* bertujuan untuk mempublikasikan semua kegiatan atau meluruskan apabila ada berita negatif yang ada di PMI Kota Surakarta. Pada temuan peneliti, humas juga melakukan kegiatan publikasi melalui media sosial dan media cetak. Dengan aktivitas tersebut membuat pengetahuan masyarakat mengenai Griya PMI dari tahun ke tahun semakin meningkat. Sedangkan disisi lain, masih banyak faktor lain diluar peneliti ini yang dapat memperngaruhi suksesnya humas untuk mensosialisasikan Griya PMI.
2. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan subyek aktivitas humas yang digunakan dalam mensosialisasikan Griya PMI. Hal ini

yang menyebabkan peneliti hanya melihat ketiga aktivitas *human relations*, *community relations*, *media relations* tersebut dalam mensosialisasikan Griya PMI.

### **C. Saran**

Penelitian mengenai “Aktivitas Humas PMI Kota Surakarta dalam Mensosialisasikan Griya PMI” terdapat beberapa saran yang diusulkan dari beberapa kesimpulan yang diberikan, yaitu:

#### **1. Akademis**

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya dibidang kehumasan dan mejadi acuan dalam penelitian-penelitian selanjutnya.

#### **2. Praktis**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan untuk humas PMI Kota Surakarta serta masyarakat yang ingin mengetahui Griya PMI. Program kerja yang dilakukan sudah baik dan dapat terealisasikan dalam bentuk berbagai kegiatan namun akan lebih baik apabila kegiatan-kegiatan dalam mensosialisasikan Griya PMI tersebut ditambah lagi dan lebih inovatif agar masyarakat semakin ingin tahu dan semakin banyak masyarakat luas mengetahui Griya PMI sehingga tidak sekedar upaya dalam lingkup lokal tetapi juga memperkenalkan Griya PMI ke Nasional bahkan sampai Internasional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, L. (2002). *Kehumasan, Teori & Profesi*. Bumi Aksara.
- Anton, M. Mulyono. (2001). *Aktivitas Belajar*. Yrama.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2016). *Effective Public Relations*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Effendy, Onong Uchjana. (1998). *Hubungan Masyarakat*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Elmayani, Mira. (2017). *Strategi Humas Dinas Pariwisata Sragen dalam Memperbaiki Citra Pemandian Air Panas Bayanan*. Skripsi. Program Komunikasi Penyiaran Islam. IAIN Surakarta
- Elvinaro, Ardianto. (2014). *Handbook Of Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Lattimore, Dan dan Otis Baskin dkk. (2014). *Public Relations: Profesi dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Maryati, Kun dan Juju Suryawati. (2013). *Sosiologi dan Antropologi*. Jakarta: Erlangga.
- Moeleong, Lexy J. (2000). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moore, Frazier. (2005). *Humas Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2008). *Manajemen Public Relations Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Mukarom, Zainal dan Muhibudin Wijaja Laksana. (2015). *Manajemen Public Relation Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Ningsih, Arnis Pangestu. (2016). *Strategi Humas Palang Merah Indonesia Kota Bekasi untuk Membangun Kesadaran Masyarakat*. Skripsi. Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Prof. Dr. Moestopo.
- Nova, Firsan (2009). *Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Grasindo.
- Nova, Firsan (2011). *Crisis Public Relations*. Jakarta: Rajawali Pers



- Nurjaman, Kadar dan Khaerul Umam. (2012). *Komunikasi & Public Relation*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ruslan, Rosady. (2005). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2014). *Manajemen Public Relatios & Media Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Saputro, A. R. (2012). Media Relations Sebagai Upaya Pembentukan Citra Positif (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Kegiatan Media Relations Humas PMI Kota Surakarta Sebagai Upaya Pembentukan Citra Positif). *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Sriyono. (2005). *Aktivitas dan Prestasi Belajar*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprawoto. (2018). *Government Public Relations Perkembangan dan Praktik di Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Suwanto. (2018). *Pengantar Public Relations Kontemporer*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Widjaja, H. A. Wk. K. dan H. M. (2008). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wulandari, Citra. *Strategi Humas Pemprov Jambi dalam Mensosialisasikan Program Tuntas (Tertib, Unggul, Nyaman, Tangguh, Adil, dan Sejahtera)*. Skripsi. Program Komunikasi Penyiaran Islam. UIN Raden Fatah Palembang.

Website

[www.pmi.or.id](http://www.pmi.or.id) dilansir pada tanggal 3 Februari 2020

[www.pmisurakarta.or.id](http://www.pmisurakarta.or.id) dilansir pada tanggal 3 Februari 2020

<https://joglosemarnews.com/> dilansir pada tanggal 13 Februari 2020

[www.okezone.com](http://www.okezone.com) dilansir pada tanggal 3 Februari 2020

## LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman wawancara Kepala Markas PMI Kota Surakarta

### **Pedoman Wawancara**

#### **(Interview Guide)**

Narasumber : Dr. Agus Setyo Utomo, SE, M. Si, Ak, CA, A. CPA

Jabatan : Kepala Markas PMI Kota Surakarta

Pewawancara : Windha Nur Widyawati

1. Bagaimana strategi anda selaku pimpinan untuk PMI Kota Surakarta dalam mensosialisasikan Griya PMI?
2. Sebagai pimpinan dalam sebuah organisasi, bagaimana cara menjalin hubungan internal dengan para karyawan?
3. Apakah ada kendala dalam melakukan komunikasi internal, biasanya kalau dengan pimpinan para karyawan tidak terlalu akrab?
4. Bagaimana sikap anda dalam memecahkan masalah dalam sebuah organisasi, baik permasalahan yang muncul di dalam program maupun pada staf?
5. Bagaimana cara memotivasi bawahan anda?
6. Cara menjalin hubungan dengan instansi, pemerintah maupun komunitas?
7. Apa yang menyebabkan masih banyaknya masyarakat belum mengetahui Griya PMI padahal sosialisasi terkait Griya sudah gencar dilakukan?
8. Harapan kepedannya agar Griya PMI semakin dikenal oleh masyarakat?

Lampiran 2 : Pedoman wawancara Kepala Bidang Public Relations dan Research and Devolopmen PMI Kota Surakarta

### **Pedoman Wawancara**

#### **(Interview Guide)**

Narasumber : Dedy Cahyo Nugroho, S. Kom

Jabatan : Kepala Bidang Public Relations dan Research and Developmen

Pewawancara : Windha Nur Widyawati

1. Apakah masih banyak persepsi masyarakat mengenai PMI Kota Surakarta itu hanya untuk donor darah?
2. Apa kelebihan PMI Kota Surakarta dibandingkan dengan PMI di daerah lain dan ditengah persaingan organsiasi sosial yang semakin banyak?
3. Apa saja kendala yang dihadapi dalam mensosialisasikan Griya
4. Siapa saja yang terlibat dalam sosialisasi Griya PMI Surakarta?
5. Apakah sosialisasi griya sudah mencapai target?
6. Apa saja event-event yang pernah diadakan Griya?
7. Bagaimana cara menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar?
8. Bagaimana cara menjalin hubungan baik dengan masyarakat dilingkup Surakarta?
9. Bagaimana cara memperkenalkan Griya ke PMR di sekolahan?
10. Apakah masih ada ketakutan masyarakat terhadap warga Griya?
11. Apakah ada masyarakat mengadakan kegiatan ke Griya?
12. Media sosial apa yang digunakan PMI Kota Surakarta dalam mensosialisasikan Griya PMI?
13. Bagaimana teknik upload ke media sosial?
14. Faktor pendukung dan penghambat dalam penyebaran informasi di media sosial terkait sosialisasi Griya PMI Surakarta?
15. Media mana saja yang berkerjasama dengan PMI Kota Surakarta?
16. Berapa target PMI Kota Surakarta untuk masuk ke media?

Lampiran 3 : Pedoman wawancara Staf Bidang Public Relations dan Research and Devolopmen PMI Kota Surakarta

Pedoman Wawancara

(Interview Guide)

Narasumber : Dhea Ayu Sabrina, A.Md. Kes

Jabatan : Staf Bidang Public Relations dan Research and Developmen

Pewawancara : Windha Nur Widyawati

1. Bagaimana strategi anda selaku Staf Bidang Public Relations dan Research and Developmen untuk PMI Kota Surakarta dalam mensosialisasikan Griya PMI?
2. Seberapa efektif kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh PMI Kota Surakarta dalam mensosialisasikan Griya PMI ditengah persaingan organsiasi sosial yang semakin banyak?
3. Apa saja yang dilakukan untuk memperkuat atau menjaga hubungan internal di dalam PMI Kota Surakarta termasuk hubungan dengan staf-staf Griya?
4. Apakah ada kendala dalam melakukan komunikasi internal?
5. Bagaimana cara menjalin hubungan dengan masyarakat sekitar Griya
6. Kegiatan CSR apa saja yang dilakukan oleh PMI Kota Surakarta?
7. Dalam menjalankan fungsinya humas tidak bisa terlepas dari media, kegiatan apa saja yang dilakukan humas agar hubungan dengan media berjalan dengan baik?
8. Bagaimana media mendapatkan berita dari pihak PMI?
9. Media sosial apa saja yang digunakan PMI Kota Surakarta dalam mensosialisasikan Griya?
10. Bagaimana teknik penulisan dalam upload konten di sosial media?
11. Dalam publikasi melalui sosial media apakah menggunakan kata mutiara, ayat Al-Quran untuk mensosialisasikan Griya sekaligus untuk donasi?
12. Dari tahun sebelumnya apakah ada kegiatan yang sama dilakukan di tahun ini atau trobosan baru dalam mensosialisasikan Griya?
13. Apa indikator/tolak ukur dalam menilai keberhasilan sosialisasi?
14. Apa yang menyebabkan masih ada beberapa masyarakat belum mengetahui Griya PMI padahal sosialisasi terkait Griya sudah gencar dilakukan?
15. Harapan humas kedepannya seperti apa agar Griya PMI semakin dikenal dimasyarakat luas?

Lampiran 4 : Pedoman wawancara Kepala Seksi Kemitraan, Kerjasama dan Humas PMI Kota Surakarta

Pedoman Wawancara

(Interview Guide)

Narasumber : M. Arif Hidayat, S. Kom

Jabatan : Kepala Seksi Kemitraan, Kerjasama dan Humas

Pewawancara : Windha Nur Widyawati

1. Apa tugas anda selaku kepala seksi kemitraan, kerjasama dan humas?
2. Bagaimana komunikasi eksternal yang dilakukan Humas PMI Kota Surakarta dalam upaya mensosialisasikan Griya PMI?
3. Bagaimana cara humas menjalin relasi dengan komunitas yang ada di Solo maupun luar daerah?
4. Dari tahun sebelumnya apakah ada kegiatan yang sama dilakukan di tahun ini atau trobosan baru dalam mensosialisasikan Griya?
5. Prestasi apa saja yang pernah diraih PMI terkait adanya Griya PMI?
6. Apakah sosialisasi Griya PMI yang dilakukan humas sudah maksimal?
7. Apa yang menyebabkan masih banyaknya masyarakat luas belum mengetahui Griya PMI padahal sosialisasi terkait Griya sudah gencar dilakukan?
8. Harapan humas kedepannya seperti apa agar Griya PMI semakin dikenal dimasyarakat luas?

Lampiran 5 : Pedoman wawancara Koordinator Sentral Griya PMI

Narasumber : Dita Kumalasari

Jabatan : Koordinator Sentral

Pewawancara : Windha Nur Widyawati

1. Apakah masyarakat sudah tahu Griya milik PMI Kota Surakarta?
2. Bagaimana cara memperkenalkan Griya kemasyarakat?
3. Kegiatan/event apa saja yang melibatkan masyarakat?
4. Apakah Griya PMI memiliki media sosial sendiri?

Lampiran 6 : Transkrip wawancara Kepala Markas PMI Kota Surakarta

Transkrip Wawancara

Narasumber : Dr. Agus Setyo Utomo, SE, M. Si, Ak, CA, A. CPA

Jabatan : Kepala Markas PMI Kota Surakarta

Pewawancara : Windha Nur Widyawati

1. Bagaimana strategi anda selaku pimpinan untuk PMI Kota Surakarta dalam mensosialisasikan Griya PMI?

PMI itu punya relawan ada PMR juga KSR, melalui kegiatan-kegiatan relawan itu kita sosialisasi selain itu juga melalui humas. Setiap sekolah kan ada Pembina PMR kita adakan pelatihan, kita undang kesini kita beri tahu informasi terkait PMI termasuk mengenai Griya PMI, jadi Pembina PMR nanti mengadakan kegiatan dengan siswanya dan anggotanya nanti diajak kunjungan namanya *Humanity Trip* dan *Character Building Camp (CBC)*, itu acara keliling di PMI dan Griya selain itu juga gencar media sosial dan menjalin relasi dengan media.

2. Sebagai pimpinan dalam sebuah organisasi, bagaimana cara menjalin hubungan internal dengan para karyawan?

Kalau komunikasi internal kita ada grup whatsapp seluruh karyawan di PMI dan setiap per bagian juga punya grup sendiri. Selain itu kita juga rutin setiap sebulan sekali rapat koordinasi dengan seluruh karyawan termasuk karyawan Griya sedangkan untuk per bagian biasanya seminggu sekali. Rapat pimpinan dengan atasan setiap hari rabu seminggu sekali dan setiap setahun sekali kita mengadakan *gathering* karyawan, setiap selesai menyusun program kerja biasanya kita mengadakan sosialisasi dengan seluruh karyawan.

3. Apakah ada kendala dalam melakukan komunikasi internal, biasanya kalau dengan pimpinan para karyawan tidak terlalu akrab?

Kendalanya karena karyawan PMI itu bukan hanya di satu tempat ada yang di PMI ataupun di Griya, banyak juga yang kerja shif jadi jarang ketemu.

4. Bagaimana sikap anda dalam memecahkan masalah dalam sebuah organisasi, baik permasalahan yang muncul di dalam program maupun pada staf?

Setiap kita ada kendala dengan jadwal kerja kita panggil dulu dan dicari jalan keluarnya biasanya disini staf yang paling bawah kalau ada masalah menyampaikan ke kasie nya dulu kalau kasiinya belum bisa mengatasi naik ke kabag nanti kalau belum bisa naik ke ka Unit. Kalau sampai ke ka unit belum bisa nanti langsung ke pengurus PMI



5. Bagaimana cara memotivasi bawahan anda?

Kita disini itu menganggapnya bukan bawahan tapi rekan kerja dan harus bedakan dulu antara bos dengan pimpinan kalau bos itu selalu menyuruh kalau pimpinan itu mengerakan untuk mencapai tujuan kalau mengerakan itu pemimpin juga ikut gerak tidak hanya duduk manis sehingga bawahan merasa dalam mencapai tujuan juga semangat karena atasannya memberikan contoh sehingga komunikasi akan terjalin dengan baik.

6. Cara menjalin hubungan dengan instansi, pemerintah, maupun komunitas?

PMI kan Unit usahanya banyak, terutama donor darah dan banyak instansi yang rutin mengadakan donor darah, setiap instansi-instansi yang rutin mengadakan donor darah kita adakan sosialisasi, dulu ada program setiap instansi yang mengadakan donor darah kita adakan pelatihan P3K jadi timbal baliknya dari kerjasama, maupun reward dari PMI dan kita di bantu pengurus PMI yang kebanyakan kan pengusaha jadi mereka punya jaringan luas. Dengan media humasnya PMI juga biasanya kalau ada kegiatan kita selalu mengundang media, dulu kita pernah mengundang media untuk mengadakan kerjasama memberikan informasi mengenai kepala merah. Seperti Metta FM, RRI, MTA TV, TATV. Sedangkan dengan komunitas, kita undang relawan PMI, kita beri pelatihan.

7. Apa yang menyebabkan masih banyaknya masyarakat belum mengetahui Griya PMI padahal sosialisasi terkait Griya sudah gencar dilakukan?

Lokasinya dikampung sehingga banyak orang yang tidak lihat beda kalau dipinggir jalan raya, Griya PMI tempatnya tidak jadi satu dengan PMI, masih ada masyarakat yang taunya PMI cuma disini aja, Griya PMI kan jadi satu-satunya yang ada di Indonesia milik PMI jadi orang masih awam mengenai Griya PMI. Sebenarnya sudah gencar dilakukan sosialisasi di PKK, kecamatan, kelurahan dan kita punya relawan SIBAT dan perkelurahan ada jadi setiap ada informasi SIBAT itu tangan panjangnya PMI.

8. Harapan kepedannya agar Griya PMI semakin dikenal oleh masyarakat?

Sebenarnya untuk wilayah solo itu sudah, Pemkot pun setiap ada lansia maupun orang gila terlantar langsung di taruh ke PMI. Semoga semakin banyak masyarakat yang peduli terhadap lansia dan orang gangguan jiwa terlantar.

Lampiran 7 : Transkrip wawancara Kepala Bidang Public Relations dan Research and Devolopmen PMI Kota Surakarta

Transkrip Wawancara

Narasumber : Dedy Cahyo Nugroho, S. Kom

Jabatan : Kepala Bidang Public Relations dan Research and Developmen

Pewawancara : Windha Nur Widyawati

1. Apakah masih banyak persepsi masyarakat mengenai PMI Kota Surakarta itu hanya untuk donor darah?

Untuk pengetahuan masyarakat tentang program PMI sudah naik, kenaikan itu bisa dilihat dari interaksi masyarakat ke PMI, lembaga lain yang ikut berkerjasama dengan PMI melalui Griya dan berita dari media sendiri juga mengalami kenaikan dan beberapa waktu ini kita melawan survei, survei nya kecil-kecilan mengenai PMI Surakarta ada apa saja, pasti mereka menjawab sudah macam-macam bukan hanya donor darah, ada klinik, bantu bencana, Griya, dll. Nah ini kan menandakan adanya peningkatan pengetahuan masyarakat mengenai PMI Surakarta dengan perlahan. Jumlah pengikut Instagram sudah banyak berarti itu salah satu indikator bahwa masyarakat sudah mulai mengerti. Akan tetapi bila ditanya PMI Surakarta hanya untuk donor darah jawabannya iya masih ada dan susah sepertinya menghilangkan persepsi seperti ini tetapi jawaban mereka sudah bervariasi, apalagi kita sudah terkoneksi dengan relawan yang ada dikelurahan, kecamatan. Kota Surakarta ada 54 sekian kelurahan dan semua itu sudah ada relawan SIBAT (Siaga Bencana Berbasis Masyarakat) yang menjadi salah satu tangan panjang PMI Surakarta.

2. Apa kelebihan PMI Kota Surakarta dibandingkan dengan PMI di daerah lain dan ditengah persaingan organsiasi sosial yang semakin banyak?

Orang ingin belajar kesini bukan karena hebat karena kita beda saja dengan PMI di daerah lain. Yang lain masih menggalang dana melalui bulan dana, PMI Surakarta sudah tidak itu kan menjadi sesuatu yang menarik kok bisa tidak melakukan bulan dan tapi program-program kemanusiaan seperti Griya PMI tetap berjalan lancar. Kita juga baru saja mendapat kunjungan dari PMI di Kalimantan salah satunya Griya ini, mereka penasaran kok bisa kita mendirikan Griya, gimana caranya, dll. Kami juga memberi tahu bahwa dulu awal kami mendirikan Griya itu kita tidak mempunyai dana sama sekali, tanahnya yang sekarang dibuat Griya itu sebenarnya dulu ingin dibuat perumahan staf nya PMI. Tetapi saat kita melakukan perjalanan ke Jombang kita bertemu dengan salah satu warga namanya pak Jam'ii, beliau ini mempunyai tempat seperti Griya tetapi yang mengelola beliau sendiri dari situ kita tergerak hatinya untuk membuat seperti itu, perorangan aja bisa membuat masak sekelas PMI tidak bisa membuat lalu kita sampaikan ke pengurus dan pengurus setuju.

Dan alhamdulillahnya ada donatur yang membantu dalam pembangunan Griya, sebelumnya kita menyebarkan informasi dulu ke masyarakat bahwa PMI mau membuat program kemanusiaan dan kali aja ada yang membantu. Kebanyakan PMI daerah lain kan membuat program itu yang penting ada uangnya dulu baru mereka membuat kegiatan tapi kita PMI Surakarta yang penting idenya dulu nantinya juga ada yang membantu.

3. Apa saja kendala yang dihadapi dalam mensosialisasikan Griya?  
Saat ini kesulitannya itu sering kali solo itu memberitakan solo sendiri, sebenarnya kami ingin lebih banyak berita dari media yang memberitakan. Kami ingin mendapat pemberitaan dari media tentang PMI dengan kapasitas humas yang ada di PMI tetapi kita selalu menjalin kedekatan personal antar wartawan seperti Solopos, Jawapos, Radar Solo, Sindo, dll, dan sepenuhnya sudah ada di grup saya.
4. Siapa saja yang terlibat dalam sosialisasi Griya PMI Surakarta  
Seluruh pengurus PMI maupun orang yang menghubungkan dengan organisasi lain, orang-orang dermawan yang backgroundnya pengurus PMI mempunyai grup yang digunakan untuk melakukan sosialisasi termasuk mengenai Griya dan untuk mendapatkan donasi.
5. Apakah sosialisasi griya sudah mencapai target?  
Selama ini menurut saya sudah mencapai target dengan berjalannya Griya dan semua aktivitas kegiatan sudah tercover tanpa dana dari PMI. Dalam lingkup Surakarta sudah banyak yang tahu keberadaan Griya cuma namanya sosialisasikan tidak boleh berhenti harus kita sosialisasikan terus agar semakin banyak masyarakat yang mengetahui.
6. Apa saja event-event yang pernah diadakan Griya?  
Event nasional seperti saat hari kartini, 17 Agustus, sumpah pemuda, dll itu kita bikin kegiatan yang intinya PMI Surakarta ingin menunjukkan meskipun mereka memiliki gangguan kejiwaan dan lansia terlantar dijalan tetapi mereka juga manusia yang perlu kita manusiakan dan mempunyai hak yang sama untuk berinteraksi dengan masyarakat. Event-event seperti ini biasanya kami berkerja sama dengan masyarakat sekitar dan dengan relawan-relawan termasuk pada saat Ramadhan kita mengadakan buka bersama dengan mengajak masyarakat untuk buka bersama dengan kita kemudian halal bihalal. Setiap kegiatan pasti kita mengajak masyarakat. PMI juga membuat masjid di samping Griya, yang fungsinya untuk beribadah sekaligus mengakrabkan masyarakat sekitar dengan warga Griya untuk bisa lebih berinteraksi.
7. Bagaimana cara menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar?  
Salah satunya dengan adanya masjid tersebut, setiap kegiatan di Griya PMI pasti kita mengundang masyarakat untuk apapun kegiatannya dan banyak juga masyarakat yang hadir, tergantung kegiatannya. Kadang

juga naik turun tetapi setiap kegiatan pasti ada perwakilan yang hadir entah dari rt/rw/masyarakat sekitar.

8. Bagaimana cara menjalin hubungan baik dengan masyarakat dilingkup Surakarta?

Setiap kegiatan PMI kita berinteraksi dengan relawan SIBAT, SIBAT itu setiap seminggu 2 kali ke Griya. Para relawan ini kami berikan keterampilan terlebih dahulu setelah itu mereka diajak keluar untuk memberikan keterampilan itu kepada masyarakat lain.

9. Bagaimana cara memperkenalkan Griya ke PMR di sekolah?

PMR itu kan dibawah bidang relawan, hampir disetiap sekolah pasti ada PMR nya. Tugas PMI bukan hanya memperkenalkan ke PMR saja tapi juga termasuk ke siswa-siswi, guru-guru, orangtuanya maka salah satu cara kami memsosialisasikan kita ajak termasuk pembinanya ke PMI kemudian ke Griya sehingga mereka tahu lalu mensalurkan keteman-teman mereka, guru-guru bahkan orang tua. Harapannya itu siswa-siswi dan guru-gurunya juga paham sehingga bisa menyebarluaskan informasi terkait Griya PMI dan positifnya setelah kegiatan itu kita ada hari berbagi (para siswa ini menyisihkan uang sakunya sebulan sekali untuk membantu Griya, jadi dari sekolah mereka mengumpulkan lalu datang ke PMI untuk menyalurkan donasi untuk Griya dan itu sudah rutin dilakukan).

PMI Kota Surakarta itu punya program namanya *Humanity trip* dengan mengajak siapa pun itu untuk datang ke PMI, berkerjasama dengan sekolah-sekolah dan kami ajak melihat kegiatan sosial di PMI jadi diajak kesini melihat tempat donor darah kemudian masuk ke lab, melihat pengelolaan darah, melihat posko penanggulangan bencana alatnya apa saja termasuk ke ambulance, cuci darah, prosesnya seperti apa dan terakhir itu ke Griya dan pesertanya mulai dari paud sampai orang tua. Di tahun 2019 kemarin hampir semua paud dan TK di Surakarta pernah ke PMI dan mereka tidak takut berinteraksi dengan warga Griya. Biasanya di Griya itu mereka membawa makanan dan berinteraksi dengan warga. Selain *Humanity Trip* kita juga ada *Character Building Camp* (CBC) yang biasanya kami berkerjasama dengan sekolah mengadakan kegiatan full di Griya dan berkegiatan di sana.

Sudah banyak juga SMK dan universitas/sekolah tinggi/politeknik yang berkerjasama dengan PMI berkaitan dengan Griya, ada juga FK UNS (dokter-dokter muda yang sebelum di sumpah wajib magang selama 2 minggu di PMI salah satunya Griya dan disana mereka selama 2 hari menginap di Griya termasuk anak-anak SMK banyak yang magang, menjadi relawan dan berkegiatan disana. Untuk pengetahuan masyarakat tentang program PMI sudah naik, kenaikan itu bisa dilihat dari interaksi masyarakat ke PMI, lembaga lain yang ikut berkerjasama dengan PMI melalui Griya dan berita dari media sendiri juga mengalami kenaikan.

10. Apakah masih ada ketakutan masyarakat terhadap warga Griya?

Kecil kemungkinan, pernah ada kasus yaitu warga Griya kabur lalu kerumah warga sekitar. Masyarakat tersebut tidak marah malah memberitahukan ke Griya kalau ada warga Griya yang kabur ke lingkungan masyarakat akhirnya kita jemput bersama masyarakat tadi artinya ini kan masyarakat juga peduli dengan warga Griya. Kalau ketakutan sih enggak karena griya ini sudah berdiri sejak tahun 2012 dan dalam seminggu dua kali itu kita mengadakan jalan-jalan keliling kompleks masyarakat.

11. Apakah ada masyarakat yang mengadakan kegiatan ke Griya?

Ada, selain *Humanity Trip* dan *Character Building Camp (CBC)* yang biasanya kami berkerjasama dengan sekolah mengadakan kegiatan full di Griya, banyak juga masyarakat yang mengadakan kegiatan di Griya, misalnya saat merayakan ulang tahun dan kami sering menerima syukuran dari masyarakat yang ingin berbagi dengan warga Griya.

12. Media sosial apa yang digunakan PMI Kota Surakarta dalam mensosialisasikan Griya PMI?

Website, Twitter, Youtube, Instagram, kita juga menggunakan whatshapp untuk share-share informasi ke relawan-relawan PMI. Instagram, Twitter, Youtube aktif. Bahkan untuk youtube di tahun 2019 kemarin saya berhasil memposting 90-100 video. Target video youtube dari PMI sebenarnya tidak ada target tapi di program kerja memang ada program kerja itu hanya 10-20 video dan itu kan sudah lebih mencapai target dan sekarang juga saya naikkan targetnya.

Sebenarnya kita punya facebook tapi facebook belum dimaksimalkan lagi, karena kemarin kena suspend dari facebook akhirnya sempet off dan sekarang sih mau bikin fans page tapi di facebook penggunaanya lebih banyak orang tua dan mereka lebih banyak membahas tentang donor darah (UDD) kalau instagram kan milenial sekali sehingga kami kemas instagram PMI Surakarta itu seperti anak muda sekali. Sedangkan keaktifan website minim karena jarang orang-orang membuka website, lebih cepat membuka media sosial sehingga kami juga *share* informasi diwebsite hanya seputar donor darah, jumlah warga griya, dll karena masyarakat terlihat lebih banyak antusiasnya di media sosial.

13. Bagaimana teknik upload ke media sosial?

Kalau masalah publikasi ke media, PMI punya orang yang bisa dikatakan sebagai *influencer* yaitu Sahabat Gorgi dan Koprak Bagyo (purnawirawan TNI) yang cukup aktif di media sosial dan followersnya juga lumayan cukup banyak. Setiap humas posting pasti kami mention mereka agar followersnya juga tahu. Sahabat Gorgi dan Koprak Bagyo ini merupakan relawan PMI dan berkerjasama dengan PMI. Terkait hastag PMI sudah ada #PMIsiapbantu, #PMISolo dan mention ke temen-temen yang menurut kami *followersnya* cukup banyak kemudian ada pemerintah

seperti pak Rudy (Walikota Solo), pak Ganjar (Gubernur Jawa Tengah), influencer yang followersnya tinggi.

14. Faktor pendukung dan penghambat dalam penyebaran informasi di media sosial terkait sosialisasi Griya PMI Surakarta?

Kalau pendukungnya di Griya itu sebenarnya banyak sekali yang bisa dijadikan konten/bahan dari sudut pandang buat menulis, membuat konten secara video juga bahannya banyak, foto juga tetapi karna humas di PMI ini terbatas dan harus mencakup semua program-program PMI.

15. Media mana saja yang berkerjasama dengan PMI Kota Surakarta?

Hampir seluruh media di Solo seperti Solopos, Jawapos, Radar Solo, Sindo, TA Media Group, dll. Nah itu kan lingkungannya lokal, dan sebenarnya kita juga sudah beberapa kali pernah berhasil kontak dengan media nasional mengenai Griya PMI termasuk relawan kami pernah diundang ke TV, pernah juga NET TV melakukan liputan di Griya PMI. Kalau Griya saya sudah yakin lingkungannya sudah nasional dan kita juga berharap berita-berita PMI sering masuk di media nasional. Kita juga pernah mengundang media kesini bahkan minggu kemarin kami (PMI) ada apel siaga bencana kami mengundang media untuk datang kesini kita melakukan *press conference* dan banyak apresiasi media yang datang. Dalam menjalin hubungan dengan media kita menjalin kedekatan personal antar wartawan di Surakarta dan sepenuhnya sudah ada di grup saya.

16. Berapa target PMI Kota Surakarta untuk masuk media?

100 pemberitaan dari media selama satu tahun, disini juga mengkliping khusus Koran dari media makanya kami targetkan 100 kliping dari media entah dari media online maupun offline dan terpenuhi. Target dari media yang meliput dari SOP tidak ada, hanya ada dalam program kerja termasuk mengadakan *press conference*, *event* kegiatan/pelatihan.

Lampiran 8 : Transkrip wawancara Staf Bidang Public Relations dan Research and Developmen PMI Kota Surakarta

Transkrip Wawancara

Narasumber : Dhea Ayu Sabrina

Jabatan : Staf Bidang Public Relations dan Research and Developmen

Pewawancara : Windha Nur Widyawati

1. Bagaimana strategi anda selaku Staf Bidang Public Relations dan Research and Developmen untuk PMI Kota Surakarta dalam mensosialisasikan Griya PMI?

Dalam mensosialisasikan Griya PMI salah satunya dengan terjun langsung ke masyarakat. Kita ada sosialisasi dengan masyarakat yaitu SIBAT, personil PMI kan terbatas sedangkan kota Solo kan luas lalu kita membuat SIBAT untuk melatih dan memperkenalkan PMI, kita membentuk SIBAT dan kita latih sampai benar-benar kompeten. SIBAT itu ambil dari masyarakat (kelurahan) kita kumpulkan dan kita latih menjadi tim PMI didaerahnya, dan setiap Kelurahan Surakarta mempunyai SIBAT, kita juga mempunyai grup SIBAT untuk mempermudah dalam menyalurkan informasi mengenai PMI. Ada relawan PMI yang berbasis SIBAT ada yang kadang jadi naruto, *harvest mounth*, jadi tokoh-tokoh tertentu lalu terjun langsung ke masyarakat agar lebih mengenal PMI.

Ada juga dosert tarse (dokter keliling ke masyarakat di daerah-daerah pinggiran, kita berkerjasama dengan fakultas kedokteran di UNS selama 2 minggu harus di PMI dan melakukan susur kampung dengan menyadarkan masyarakat akan pentingnya kesehatan, cek kesehatan, saat susur kampung kita melihat masyarakat yang membutuhkan bantuan kita bisa mengusulkan ke PMI lalu bisa di follow up dengan dompet kemanusiaan kalau di acc kita berikan bantuan.

Selain itu juga sosialisasi mengenai Griya ke sekolah-sekolah, instansi-instansi, perkumpulan PKK dikelurahan maupun kecamatan kita tampilkan profil-profil tentang PMI dan sekaligus kita tampilkan Griya, kita juga ada program *CBC* dan *Humanity Trip*, program itu diperuntukan agar banyak masyarakat membuka hati dan pikiran mereka bahwa masih ada masyarakat yang jauh kurang beruntung dari kita, dengan mengajak mereka melihat secara langsung ke PMI maupun ke Griya. Selain itu strategi kita adalah berkerjasama dengan berbagai media dan kita menggunakan sosial media, kita share semua kegiatan yang ada di Griya. Contohnya kita kemarin membuat pamlet satu butir telur untuk Griya nah itu yang donasi banyak sekali selain ada yang donasi kan kita juga turut memperkenalkan Griya, Jadi untuk mensosialisasikan program-program PMI lebih ke terjun langsung melihat masyarakat dan share ke media sosial, namun sejak ada pandemi corona ini kita lebih giat ke sosial media.

2. Seberapa efektif kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh PMI Kota Surakarta dalam mensosialisasikan Griya PMI ditengah persaingan organsiasi sosial yang semakin banyak?

Menurut saya, beberapa kali melakukan sosialisasi justru Griya itu mendapatkan apresiasi lebih ini kan sesuatu yang unik ya, meskipun banyak lembaga sosial yang ada di Solo menurut saya pribadi kita itu unik karena merawat gangguan jiwa dan lansia terlantar jadi kalau seberapa efektifnya ketika kita sosialisasi masyarakat juga mempunyai perhatian lebih ke Griya dan akhirnya mereka juga turut donasi. Bisa mengajarkan rasa empati, simpati. Memang ada beberapa sepengetahuan masyarakat itu pasti hanya PMI itu hanya donor darah tapi ketika kita sosialisasi temen-temen itu lebih penasaran dengan Griya nya karena di Solo sendiri kan jarang sekali ada tempat yang khusus untuk menampung orang dengan gangguan jiwa, lansia terlantar jadi mereka mulai ingin tahu mengenai Griya, sehingga kita ajak main ke Griya dan akhirnya mereka turut menshare informasi mengenai Griya atau malah berdonasi.

3. Apa saja yang dilakukan untuk memperkuat atau menjaga hubungan internal di dalam PMI Kota Surakarta termasuk hubungan dengan staf-staf Griya?

Walaupun PMI dan Griya PMI beda gedung tetapi kan manajemen nya tetap di PMI jadi kita koordinasinya lewat grup *whatsapp* jadi kalau di Griya ada acara atau apa pasti di informasikannya lewat situ atau ada kepentingan dengan personal pasti kita berkomunikasi entah by phone atau datang langsung ke PMI, kalau di lingkungan PMI kurang lebih sama kalau ada info kita lewat grup *whatsapp*, kita juga rutin mengadakan rapat dengan pimpinan dan staf-staf yang lain.

Selain itu PMI juga mengadakan Gathering Family dengan rutin mengadakan liburan bareng staf, setiap 1 tahun dan 2 tahun sekali kalau setahun sekali kita ke dekat-dekat missal ke Jogja sedangkan kalau 2 tahun sekali kita liburan agak jauh dari kota Solo dan diperbolehkan mengajak anggota keluarga sehingga hubungan internal kami semakin harmonis.

4. Apakah ada kendala dalam melakukan komunikasi internal?

Paling sedikit miss komunikasi tapi paling impact nya tidak besar karena kalau kita ada apa-apa langsung ke defisinya. Kalau by phone kendalanya kadang kita nggak pegang hp terus jadi ketinggalan info tapi semua staf di sini sudah masuk grup *whatsapp*.

5. Bagaimana cara menjalin hubungan dengan masyarakat sekitar Griya

Griya PMI selalu merayakan event-event nasional misalnya 17 an, hari kartini (mereka juga memakai kebaya, make up) kita ajak berinteraksi dengan masyarakat, itu kan secara tidak langsung kita memperkenalkan Griya ke masyarakat dengan kegiatan-kegiatan nasional dan di Griya itu ada masjid yang biasanya juga digunakan masyarakat sekitar Griya.



6. Kegiatan CSR apa saja yang dilakukan oleh PMI Kota Surakarta?

Kita ada ambulance gratis, dompet kemanusiaan ada juga kegiatan susur kampung, kegiatan ini berkerjasama dengan FK UNS dengan melakukan tinjauan ke wilayah-wilayah yang sekiranya daerah yang membutuhkan bantuan, daerah terpencil, yang warganya masih kurang paham mengenai kesehatan, biasanya kita cek kesehatan, disusur kampung kalau kita menemukan warga yang sakit dan kurang mampu kita kasih obat. Saat susur kampung kita melihat masyarakat yang membutuhkan bantuan kita bisa mengusulkan ke PMI lalu bisa di follow up dengan dompet kemanusiaan kalau di acc kita berikan bantuan. Jadi untuk mensosialisasikan program-program PMI lebih ke terjun langsung melihat masyarakat sekaligus bisa melaksanakan kegiatan CSR.

Setelah pandemi ini kita lebih mensosialisasikan tentang program-program pemerintah untuk cuci tangan, pakai masker, kita juga ada cairan disinfektan, hand sanitizer dan bikin hand soap, masker kain 10.000 masker dibagikan ke masyarakat.

7. Dalam menjalankan fungsinya humas tidak bisa terlepas dari media, kegiatan apa saja yang dilakukan humas agar hubungan dengan media berjalan dengan baik?

Kita sering sekali kerjasama dengan berbagai media, hampir berkerjasama dengan semua media yang ada di Solo dan humas juga sudah memiliki grup dengan berbagai media untuk menginformasikan mengenai kegiatan PMI sekaligus mempererat hubungan dengan media. Setiap kali kita mengadakan event, kita selalu mengundang semua wartawan ada solopos, TA Media, Radar Solo, Metta FM, MTA FM, dll dan rutin setiap hari sabtu kita siaran sama Metta FM dengan tema yang bermacam-macam.

8. Bagaimana media mendapatkan berita dari pihak PMI?

Cara mereka mendapatkan berita biasanya kita share hari sebelumnya kalau PMI ada kegiatan tanggal sekian jam sekian nanti wartawannya datang sendiri, mereka meliput sendiri, tetapi ada yang minta dikirim berita juga.

9. Media sosial apa saja yang digunakan PMI Kota Surakarta dalam mensosialisasikan Griya?

Website, instagram, twitter, youtube dan aktif semua terupdate semua. Sebenarnya kita punya facebook tapi kemarin kita kena banned jadi ini masih dalam proses mengembalikan akun facebook yang lama sementara yang aktif di website, instagram, twitter, youtube. Yang paling efektif diantara sosial media itu adalah instagram karena pengaruhnya sangat luar biasa.

10. Bagaimana teknik penulisan dalam upload konten di sosial media?

Karena kita sasarannya masyarakat milenial sehingga kita sesuaikan dengan kaum-kaum milenial. Justru ketika kita menulis caption yang bercanda dan mengajak berinteraksi, kita mendapat komentar banyak sekali dan lebih fleksible. Kita menyadari bahwa pengguna sosial media itu milenial sekali, sehingga kita menggunakan caption yang fleksibel dan mereka mudah memahami. Terkait hastag biasanya menggunakan #PMISolo #PMISiapbantu, add ke Walikota Surakarta, Gubernur Jawa Tengah, Smart Hadinoto (CEO PMI), Agenda Solo, Solo Info, dll yang lumayan mempunyai *impact* positif dan mempunyai peran vital di kota Solo.

11. Dalam publikasi melalui sosial media apakah menggunakan kata mutiara, ayat Al-Quran untuk mensosialisasikan Griya sekaligus untuk donasi?

Sejauh ini kita untuk donasi tidak pernah menggunakan kalimat seperti menggurui, kalau kita menggunakan dalil atau kata mutiara takutnya malah kita dirasa menggurui jadi captionnya lebih fleksible yang lebih mengena kepada masyarakat, karena donasi kita sudah lumayan lancar jadi malah jarang memposting mengenai donasi, karena tingkat kepercayaan masyarakat kepada PMI sudah cukup besar.

12. Dari tahun sebelumnya apakah ada kegiatan yang sama dilakukan di tahun ini atau trobosan baru dalam mensosialisasikan Griya?

Dari tahun kemarin kan kita belum mengalami pandemi ini, kita masih bisa sosialisasi secara langsung ke instansi-instansi sekolah missal ada ospek atau saat PMI diundang untuk menjelaskan sedikit banyak tentang PMI kita juga menyampaikan informasi tentang Griya dan semua kegiatan PMI, rapat ibu PKK, jadi komunikasinya lebih enak bila ada pertanyaan seputar Griya kita bisa jawab dan jelaskan secara langsung tapi tahun ini berbeda jadi kita lebih menekankan ke sosial media dan beberapa hari lalu karena kondisinya baru seperti kita banyak main di sosial media, kita baru launching podcast, itu juga salah satunya menekan sosialisasi tentang PMI jadi biar masyarakat mengenal lebih jauh tentang program-program PMI termasuk Griya. Karena ada pandemi korona seperti ini kita bikin podcast untuk mensosialisasikan PMI ke masyarakat dengan mengundang narasumber-narasumber yang sekiranya bisa memberikan informasi yang lebih.

13. Indikator/tolak ukur dalam menilai keberhasilan sosialisasi?

Adanya perhatian dari masyarakat, contohnya saat kita membuat konten 1 telur untuk Griya nah itu perhatian masyarakat banyak sekali dan banyak menyumbangkan telur untuk Griya, masyarakat mulai baca, perhatian lalu donasi. Bahkan sejauh ini tanpa kita mempromosikan pun ada masyarakat yang sukarela berdonasi. Dari humasnya sendiri sebenarnya kita ada beberapa goals, menurut pendapat saya, selama itu bisa mencapai tujuan yang di maksud misalnya tadi saat membuat konten

1 butir telur untuk Griya dan itu bisa tercukupi bahkan lebih menurut saya disitu sosialisasinya berhasil. Saat kita sosialisasi pun banyak yang kepo, banyak yang tanya Griya itu apa, kegiatannya seperti apa, komentar dan *direct message* yang masuk di media sosial juga banyak.

14. Apa yang menyebabkan masih ada beberapa masyarakat belum mengetahui Griya PMI padahal sosialisasi terkait Griya sudah gencar dilakukan?

Karena bayangannya masyarakat PMI itu lekat dengan donor darah, padahal disini banyak sekali program-program lain. Sebenarnya kita sudah gencar mensosialisasikan cuma balik lagi ke masyarakat, tingkat kepedulian masyarakat terhadap PMI karena kalau mereka sudah terlanjut berfikirnya kalau PMI hanya untuk donor darah dan mereka kurang *open minded*, kurang kepo mengenai PMI kecuali karena kalau orang-orang itu memberi perhatian lebih ke PMI dan mungkin mereka beranggapan buat apa kita tahu Griya karena nggak akan dapat apa-apa padahal kita banyak sekali *feedback* dengan memberikan batuan ke masyarakat.

15. Harapan humas kedepannya seperti apa agar Griya PMI semakin dikenal dimasyarakat luas?

Harapannya semakin banyak masyarakat yang peduli, PMI itu kegiatannya bukan hanya donor darah tetapi banyak program-program yang lain, ayo kita sesekali main ke Griya kita lihat kondisinya, kita mencoba berkomunikasi dengan penghuni Griya, kita menjalin komunikasi dan mengajak teman-teman ke Griya dan ikut mempromosikan Griya.

Lampiran 9 : Transkrip wawancara Kepala Seksi Kemitraan, Kerjasama dan Humas PMI Kota Surakarta

Transkrip Wawancara

Narasumber : M. Arif Hidayat, S. Kom

Jabatan : Kepala Seksi Kemitraan, Kerjasama dan Humas

Pewawancara : Windha Nur Widyawati

1. Apa tugas anda selaku kepala seksi kemitraan, kerjasama dan humas?  
Pastinya kan kita di humas itu menjalin kerjasama dengan berbagai pihak dan mensosialisasikan program-program serta kegiatan yang ada PMI Kota Surakarta
2. Bagaimana komunikasi eksternal yang dilakukan Humas PMI Kota Surakarta dalam upaya mensosialisasikan Griya PMI?  
Komunikasi eksternalnya kita menggunakan sosial media karena memang jaman nya sudah milenial dan sosial media efektif digunakan. Komunikasi dengan pemerintah kita melalui dengan pengurus PMI kalau ada komunikasi yang mencakup pemerintahan, dll itu kalau di PMI melalui pimpinan terlebih dahulu karena istilahnya kan pimpinan PMI itu pemangku kebijakan atau yang melobi pemerintah itu biasanya pimpinan kami kemudian untuk teknis kerjasamanya baru humas.
3. Bagaimana cara humas menjalin relasi dengan komunitas yang ada di Solo maupun luar daerah?  
Biasanya kita menjalin relasi lewat sosial media, melakukan kunjungan hangat ke sekolah-sekolah, instansi, dll. Kalau ke komunitas biasanya mereka sudah tau dulu karena kita sosialisasi lewat media sosial, kita juga pernah mendapat kunjungan dari komunitas Pasoepati, ICS (Info Cegatan Solo), dll dari komunitas tersebut biasanya meliput, upload di sosial media dan memberikan bantuan. Kita kan juga membentuk dan melatih relawan seperti KSR, TSR, PMR, dan SIBAT.
4. Dari tahun sebelumnya apakah ada kegiatan yang sama dilakukan di tahun ini atau trobosan baru dalam mensosialisasikan Griya?  
Dulu kita menggalang dana itu dari orang per orang, pengurus kemudian ke kolega-koleganya tapi kita sekarang penggalangan dana lewat kitabisa.com, lewat media sosial.
5. Prestasi apa saja yang pernah diraih PMI terkait adanya Griya PMI?  
Kita dulu pernah mengikuti lomba tentang lembaga sosial kemanusiaan terkait adanya Griya yang mengadakan itu dinas sosial dan PMI mendapatkan apresiasi dan bantuan dari dinas sosial.

6. Apakah sosialisasi Griya PMI yang dilakukan humas sudah maksimal?  
Kalau di Kota Solo kita merasa sudah maksimal tapi kan namanya sosialisasi harus terus dilakukan dan kalau di lingkup Solo sudah banyak yang kenal dengan Griya PMI tapi kalau lingkup Soloraya saya kira belum maksimal. Tapi pengetahuan masyarakat mengenai PMI Solo itu sudah meningkat bukan hanya tau tentang donor darah.
7. Apa yang menyebabkan masih banyaknya masyarakat luas belum mengetahui Griya PMI padahal sosialisasi terkait Griya sudah gencar dilakukan?  
Karena image yang melekat dari dulu kalau PMI itu tentang donor darah dan masyarakat umum itu taunya PMI itu donor darah karena kegiatan-kegiatan di luar itu masih banyak donornya dari pada kegiatan sosial dan PMI itu sifatnya otonom jadi masing-masing daerah itu mempunyai program dan kebijakan-kebijakan yang berbeda-beda.
8. Harapan humas kedepannya seperti apa agar Griya PMI semakin dikenal dimasyarakat luas?  
Harapannya semua kegiatan pelayanan sosial itu banyak masyarakat yang mengetahui dan semakin banyak masyarakat yang tergugah hatinya untuk membantu sesama yang sedang membutuhkan.

Lampiran 10 : Transkrip wawancara Koordinator Sentral Griya PMI

Narasumber : Dita Kumalasari

Jabatan : Koordinator Sentral

Pewawancara : Windha Nur Widyawati

1. Apakah masyarakat sudah tahu Griya milik PMI Kota Surakarta?  
Iya sudah tahu, tapi kebanyakan masyarakat yang diluar Mojosoongo itu kiranya punya pemerintah padahal kita dapat dana dari pemerintah saja cuma kadang dapat kadang tidak tapi Alhamdulillah kita mendapatkan bantuan makanan dari pemerintah.
2. Bagaimana cara memperkenalkan Griya kemasyarakat?  
Kita sering mendatangi undangan dari PKK, kita datang kesana, kita sosialisasi mengenai Griya PMI itu seperti apa, anak-anak sekolah juga sering datang kesini saat ada *humanity trip*, *CBC*. Itukan sebenarnya kegiatan PMI tetapi kegiatan tersebut dikemas dengan memperkenalkan Griya, di bantu humas PMI dengan posting kegiatan di Griya, dan banyak juga komunitas-komunitas yang datang kesini yang sering mengajari warga seperti keterampilan, menghibur warga, mereka pasti juga posting kegiatan selama disini. Nah dari itu brandingnya akan naik, Kemarin juga pernah shooting dengan Cut mimi, mereka datang kesini dan shotting kesini dan kita juga berkerjasama dengan kitabisa.com kalau butuh donasi kita pakai kitabisa.com
3. Kegiatan/event apa saja yang melibatkan masyarakat?  
Kadang melibatkan masyarakat dan juga melibatkan mahasiswa, misalnya saat pengajian undang masyarakat, saat idul adha kita juga membeli hewan dan melibatkan masyarakat untuk membantu. Kita ada masjid dan banyak masyarakat yang dekat sini sholat disini, sudah tidak ada yang takut dengan warga Griya karena masyarakat sudah terbiasa karena kita selalu berinteraksi dengan masyarakat sekitar misalnya jalan sehat, dan kita sudah berdiri cukup lama.
4. Apakah Griya PMI memiliki media sosial sendiri?  
Dulu sebenarnya Griya punya instagram tapi sekarang diambil alih sama humasnya PMI jadi instagram nya udah ditutup. Kalau ada kegiatan atau event pasti di posti di instagram nya PMI.



Kantor Humas PMI Kota Surakarta di Jl. Kol. Sutarto No. 58, Jebres, Surakarta.  
Kamis, 23 Januari 2020



Wawancara dengan Dr. Agus Setyo Utomo, SE, M.Si, Ak, CA, A. CPA selaku  
Kepala Markas PMI Kota Surakarta di Kantor Kepala Markas PMI Kota  
Surakarta. Kamis, 23 Juli 2020.



Wawancara dengan Dedy Cahyo Nugroho, S. Kom selaku Kepala Bidang Public Relations dan Research and Developmen di Kantor PMI Kota Surakarta. Rabu, 19 Februari 2020.



Wawancara dengan Dhea Ayu Sabrina A. Md. Kes selaku Staf Bidang Public Relations dan Research And Development. Rabu, 19 Februari 2020





Wawancara dengan Dita Kumalasari selaku Koordinator Sentral Griya PMI di Kantor Griya PMI Surakarta. Rabu, 19 Februari 2020.



Foto bersama dengan Dhea Ayu Sabrina, A.Md.Kes selaku Staf Bidang Public Relations dan Research and Developmen di Kantor PMI Kota Surakarta. Rabu, 19 Februari 2020.