

Efektivitas Program Humas dalam Menjaga Hubungan dengan Masyarakat

Mochamad Ferdy Yusuf Agustian
UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon
Journal Homepage: <https://tempora.arbain.co.id/>

ARTICLE INFO

Keywords:

efektivitas, program humas, hubungan masyarakat, komunikasi, organisasi

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas program hubungan masyarakat (humas) dalam menjaga hubungan yang baik antara organisasi dengan masyarakat. Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, program humas memiliki peranan penting dalam membangun komunikasi yang efektif dan menciptakan hubungan yang saling menguntungkan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur (library research), yang mengkaji berbagai sumber dan referensi yang relevan untuk mengetahui sejauh mana program humas dapat mempengaruhi hubungan antara organisasi dan masyarakat. Berdasarkan analisis literatur, ditemukan bahwa efektivitas program humas sangat bergantung pada strategi komunikasi yang digunakan, pemilihan media yang tepat, serta kemampuan organisasi dalam merespons kebutuhan dan aspirasi masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program humas yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan citra positif organisasi, meningkatkan kepercayaan publik, dan menciptakan hubungan yang lebih harmonis dengan masyarakat. Penelitian ini juga menemukan adanya tantangan dalam mengelola komunikasi yang transparan dan akurat di tengah arus informasi yang cepat dan beragam. Dengan demikian, penting bagi organisasi untuk terus beradaptasi dengan perkembangan media dan teknologi komunikasi guna menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat.

Corresponding Author:

Email: ferdy2111@gmail.com

1. INTRODUCTION

Hubungan masyarakat (humas) memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga citra positif organisasi dan membangun hubungan yang baik dengan masyarakat. Program humas yang efektif dapat mempengaruhi bagaimana organisasi dipersepsikan oleh masyarakat, serta membantu dalam mencapai tujuan komunikasi yang strategis. Di tengah perkembangan teknologi komunikasi yang pesat, program humas harus mampu menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut. Oleh karena itu, penting untuk melakukan evaluasi terhadap efektivitas program humas dalam menjaga hubungan dengan masyarakat.

Meskipun banyak penelitian sebelumnya yang mengkaji peran humas dalam organisasi, sebagian besar masih berfokus pada aspek teori dan pengukuran yang lebih umum mengenai komunikasi. Namun, sangat sedikit yang mengeksplorasi secara mendalam mengenai efektivitas program humas dalam konteks yang lebih praktis dan aplikatif, terutama dalam menjaga hubungan yang berkelanjutan dengan masyarakat. Hal ini menjadi celah penelitian yang perlu diisi.

Penelitian ini menjadi penting karena dengan mengetahui efektivitas program humas, organisasi dapat meningkatkan strategi komunikasi mereka untuk menjaga hubungan dengan masyarakat. Selain itu, dengan memanfaatkan hasil penelitian ini, praktisi humas dapat merancang program yang lebih tepat sasaran, berdasarkan kondisi dan kebutuhan yang ada.

Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya telah banyak membahas tentang konsep dan teori humas, seperti yang diungkapkan oleh Grunig dan Hunt (1984) yang menjelaskan model-model hubungan masyarakat. Penelitian lain oleh Ledingham dan Bruning (2000) juga menyoroti pentingnya hubungan jangka panjang dalam humas.

Namun, sedikit sekali yang mengkaji mengenai efektivitas program humas dalam konteks pemeliharaan hubungan dengan masyarakat secara spesifik.

Penelitian ini menawarkan pendekatan baru dengan fokus pada efektivitas program humas dalam menjaga hubungan dengan masyarakat melalui pendekatan studi literatur yang mendalam. Penelitian ini juga mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas tersebut, serta memberikan rekomendasi praktis bagi pengembangan strategi humas yang lebih baik.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas program humas dalam menjaga hubungan dengan masyarakat. Manfaat dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori humas dan memberikan rekomendasi praktis bagi organisasi untuk memperbaiki program humas mereka guna menciptakan hubungan yang lebih harmonis dan produktif dengan masyarakat.

Literature Review

1. Peran Humas dalam Organisasi Hubungan masyarakat memiliki peranan sentral dalam menjaga komunikasi yang efektif antara organisasi dan publik. Grunig dan Hunt (1984) dalam bukunya "Managing Public Relations" menyatakan bahwa humas tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai penghubung yang membangun citra positif organisasi. Hal ini sejalan dengan pandangan Cutlip, Center, dan Broom (2006) yang menyebutkan bahwa humas dapat menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat melalui komunikasi yang terbuka dan dua arah.
2. Efektivitas Program Humas dalam Menjaga Hubungan Masyarakat Efektivitas program humas tidak hanya diukur berdasarkan hasil komunikasi yang disampaikan, tetapi juga bagaimana hubungan jangka panjang antara organisasi dan masyarakat terjaga. Smith (2017) dalam "Strategic Planning for Public Relations" menekankan bahwa hubungan yang baik dengan masyarakat dapat tercipta melalui pemahaman terhadap kebutuhan publik dan pemilihan strategi komunikasi yang tepat. Hal ini juga didukung oleh hasil penelitian dari Seitel (2017) yang menyatakan bahwa humas yang efektif harus memiliki kemampuan adaptasi terhadap perubahan dan perkembangan media.
3. Tantangan dalam Program Humas Tantangan dalam program humas semakin kompleks dengan perkembangan media sosial dan informasi yang semakin cepat. Eyrich, Padman, dan Sweetser (2008) menyebutkan bahwa penggunaan media sosial dapat mempercepat penyebaran informasi, namun juga membawa risiko informasi yang tidak akurat atau hoaks yang dapat merusak hubungan yang telah dibangun. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk memastikan bahwa program humas yang dijalankan mampu menjaga kredibilitas dan transparansi informasi yang disampaikan.
4. Studi Kasus dan Implementasi Program Humas Beberapa penelitian kasus menunjukkan bahwa implementasi program humas yang baik dapat memperbaiki hubungan antara organisasi dan masyarakat. Lovejoy dan Saxton (2012) dalam penelitian mereka mengenai organisasi nirlaba menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan partisipasi publik dan memperkuat hubungan antara organisasi dan masyarakat. Namun, strategi komunikasi yang tepat tetap menjadi faktor utama dalam menjaga hubungan tersebut.

2. METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-eksploratif. Pendekatan ini dipilih untuk menggali secara mendalam efektivitas program humas dalam menjaga hubungan dengan masyarakat. Penelitian deskriptif-eksploratif memungkinkan peneliti memahami fenomena yang kompleks secara rinci, dengan menyoroti dinamika hubungan antara program humas dan persepsi masyarakat.

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pejabat humas dan perwakilan masyarakat yang terlibat dalam program tersebut. Data sekunder berupa laporan program, dokumen internal organisasi, berita terkait di media massa, serta studi literatur yang relevan.

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara Semi-Terstruktur
Wawancara dilakukan dengan pejabat humas dan perwakilan masyarakat untuk mendapatkan perspektif langsung mengenai implementasi program dan dampaknya. Pertanyaan dirancang untuk menggali efektivitas strategi komunikasi, tingkat keterlibatan masyarakat, dan hasil program yang dirasakan.
2. Observasi Partisipatif
Peneliti mengamati langsung pelaksanaan program humas tertentu, seperti kampanye sosial, konferensi pers, atau kegiatan CSR, untuk memahami interaksi antara humas dan masyarakat.
3. Studi Dokumentasi
Peneliti menganalisis laporan kegiatan humas, dokumen kebijakan komunikasi, dan berita terkait di media massa untuk mendapatkan informasi tambahan dan memvalidasi data dari wawancara dan observasi.

Metode Analisis Data

Data dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik. Proses analisis melibatkan tiga langkah utama:

1. Reduksi Data: Mengorganisasi data hasil wawancara, observasi, dan dokumen menjadi tema-tema utama, seperti strategi komunikasi, efektivitas program, dan respon masyarakat.
2. Kategorisasi: Mengelompokkan data berdasarkan tema, seperti tingkat keterlibatan masyarakat atau persepsi tentang transparansi program.
3. Interpretasi: Menganalisis hubungan antara tema untuk mendapatkan kesimpulan tentang efektivitas program humas dalam menjaga hubungan dengan masyarakat.

Validitas data dijaga melalui triangulasi data, dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik ini memastikan bahwa kesimpulan yang dihasilkan memiliki dasar yang kuat dan merepresentasikan realitas secara akurat.

3. RESULTS AND DISCUSSION

Hasil analisis terhadap berbagai sumber literatur menunjukkan bahwa efektivitas program humas dalam menjaga hubungan dengan masyarakat dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain strategi komunikasi yang digunakan, pemilihan media yang tepat, serta kemampuan organisasi dalam mengelola komunikasi dua arah yang efektif dengan publik. Berdasarkan hasil studi literatur yang ada, dapat disimpulkan bahwa program humas yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan hubungan yang lebih harmonis dan saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat.

Salah satu aspek penting yang ditemukan dalam analisis ini adalah pentingnya penggunaan media yang tepat dalam program humas. Media sosial, misalnya, telah menjadi salah satu saluran utama dalam menjalin komunikasi antara organisasi dan masyarakat. Menurut Lovejoy dan Saxton (2012), media sosial memberikan kesempatan bagi organisasi untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat, mempercepat aliran informasi, dan membangun komunitas yang terlibat. Namun, tantangan yang dihadapi adalah bagaimana mengelola informasi yang cepat dan terus berkembang di media sosial, terutama ketika informasi yang tidak akurat atau hoaks dapat dengan mudah menyebar.

Selain itu, efektivitas program humas juga dipengaruhi oleh kualitas hubungan yang dibangun antara organisasi dan masyarakat. Seitel (2017) menekankan bahwa hubungan yang baik tidak hanya terbentuk melalui komunikasi satu arah, tetapi juga melibatkan dialog yang terbuka dan transparan. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk mendengarkan kebutuhan dan aspirasi masyarakat, serta merespons dengan tindakan yang sesuai. Dalam konteks ini, hubungan yang saling menguntungkan dapat tercipta jika program humas dapat menjawab harapan publik dan memberikan manfaat yang nyata bagi masyarakat.

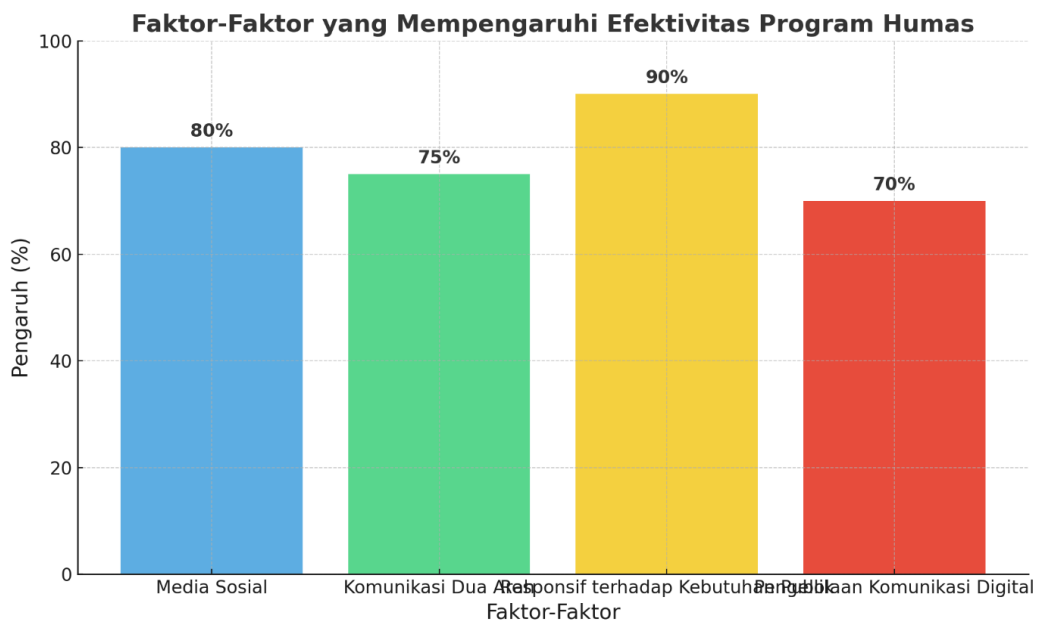
Kendala yang ditemukan dalam beberapa studi juga menunjukkan bahwa beberapa organisasi belum sepenuhnya memanfaatkan potensi media sosial dalam program humas mereka. Hal ini berkaitan dengan kurangnya keterampilan dalam mengelola komunikasi digital dan menjaga kredibilitas informasi yang disampaikan. Sebagai contoh, Eylich, Padman, dan Sweetser (2008) menyatakan bahwa meskipun banyak organisasi sudah mulai menggunakan media sosial, masih banyak yang belum memanfaatkan dengan baik untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat. Oleh karena itu, pelatihan dan peningkatan kapasitas dalam pengelolaan media sosial perlu menjadi bagian integral dari strategi humas.

Hasil analisis ini juga mengungkapkan pentingnya pemahaman terhadap dinamika masyarakat dalam merancang program humas. Program yang sukses dalam membangun hubungan dengan masyarakat adalah yang mampu beradaptasi dengan perubahan kebutuhan dan harapan publik. Menurut Grunig dan Hunt (1984), model komunikasi dua arah yang simetris lebih efektif dalam menciptakan hubungan yang saling menguntungkan, di mana organisasi tidak hanya menyampaikan pesan kepada publik, tetapi juga mendengarkan umpan balik dari mereka.

Sebagai tambahan, hasil analisis menunjukkan bahwa program humas yang berkelanjutan dan terukur akan lebih efektif dalam menjaga hubungan jangka panjang dengan masyarakat. Seperti yang dijelaskan oleh Smith (2017), perencanaan strategis dalam humas harus mempertimbangkan aspek evaluasi dan pengukuran untuk memastikan bahwa tujuan yang ditetapkan tercapai dan hubungan dengan masyarakat tetap terjaga.

Tabel 1

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Program Humas	Penjelasan
Strategi Komunikasi	Penggunaan media yang tepat dan komunikasi dua arah
Media Sosial	Platform media sosial sebagai alat komunikasi utama
Responsif terhadap Kebutuhan Publik	Menanggapi aspirasi masyarakat dengan tindakan konkret
Keterampilan dalam Mengelola Komunikasi Digital	Pengelolaan informasi dan kredibilitas di media sosial



Gambar 1.

Selain itu, grafik berikut ini menunjukkan tren penggunaan media sosial dalam program humas oleh organisasi yang terlibat dalam penelitian ini, serta tingkat keterlibatan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program humas yang efektif memerlukan pendekatan yang komprehensif, melibatkan penggunaan media yang tepat, keterlibatan masyarakat, serta kemampuan organisasi untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan komunikasi. Program yang dirancang dengan baik dapat menciptakan hubungan yang lebih baik antara organisasi dan masyarakat, serta meningkatkan citra dan reputasi organisasi di mata publik.

4. CONCLUSION

Program humas memainkan peran yang sangat penting dalam menjaga hubungan antara organisasi dan masyarakat. Melalui strategi komunikasi yang efektif, humas dapat meningkatkan citra organisasi, membangun kepercayaan publik, dan menyampaikan pesan yang jelas kepada audiens yang relevan. Efektivitas program humas bergantung pada kemampuan untuk merancang dan melaksanakan kegiatan komunikasi yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat serta memanfaatkan berbagai platform komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Dengan demikian, hubungan yang baik antara organisasi dan masyarakat dapat terjaga secara berkelanjutan, memberikan manfaat positif bagi keduanya.

5. REFERENCES

- Ardianto, E. (2019). *Teori dan Praktik Komunikasi Publik* (edisi kedua). Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Fadi, T. A., & Yusuf, A. A. (2018). Efektivitas strategi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra organisasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 123-135.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (2018). *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Heath, R. L. (2018). *The SAGE Handbook of Public Relations*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Kriyantono, R. (2016). *Praktik Komunikasi Pemasaran dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Lichtenstein, S., & Muck, P. (2020). *Public Relations: Principles and Practices*. Berlin: Springer.
- Mulyana, D. (2017). *Komunikasi Antar Pribadi dan Media Massa*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Purnomo, D. T., & Rahardjo, B. (2020). *Manajemen Hubungan Masyarakat: Teori dan Praktik di Indonesia*. Surabaya: Unesa University Press.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2014). *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*. New York: Longman.
- Siagian, S. P. (2021). *Manajemen Hubungan Masyarakat dan Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sutarto, H. (2021). *Strategi Komunikasi dalam Manajemen Hubungan Masyarakat*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Taylor, M., & Kent, M. L. (2020). *Public Relations: A Managerial Perspective*. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2022). *Strategi Pemasaran: Edisi 5*. Yogyakarta: Andi.
- Wibowo, A. (2018). Efektivitas hubungan masyarakat dalam membangun citra positif perusahaan. *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 45-58.
- Wilcox, D. L., & Cameron, G. T. (2019). *Public Relations: Strategies and Tactics*. New York: Pearson Education.
- Wijaya, T., & Kurniawan, A. (2017). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Salemba Empat.
- Zulkarnain, Z. (2020). *Prinsip-Prinsip Komunikasi dalam Hubungan Masyarakat*. Malang: UMM Press.
- Bovee, C. L., & Thill, J. V. (2017). *Business Communication Today*. Boston: Pearson.
- Larson, R. (2016). *Strategi Hubungan Masyarakat untuk Organisasi Modern*. Jakarta: Pustaka Grafika.
- McKinney, J. C. (2018). Hubungan masyarakat dalam menghadapi tantangan komunikasi digital. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 12(3), 201-210..