

Jurnal Ilmu Komunikasi

# KOMUNIKA

- POLA-POLA ISI PEMBERITAAN SURAT KABAR SELAMA KAMPANYE PILKADA DKI JAKARTA  
**Said Romadlan**
- *PERSONAL BRANDING* ANGGOTA KOMUNITAS MERRY RIANA CAMPUS AMBASSADORS (MRCA)  
**Nefya Vannesa Azlou dan Umaimah Wahid**
- IDEOLOGI PATRIARKI DALAM KEKERASAN SEKSUAL TERHADAP PEREMPUAN DALAM FILM 7 HATI 7 CINTA 7 WANITA  
**Dinda Rachmawati**
- MANAJEMEN HUMAS MUSICA STUDIO'S DALAM UPAYA MEMBANGUN CITRA GRUP BAND  
**Khalil Ibrahim**
- HUBUNGAN LOGO KOMPAS TV DENGAN MINAT MENONTON PROGRAM ACARA KOMPAS TV  
**Rizky Abadi**
- DRAMATURGI PRESENTER DALAM PROGRAM *REALITY SHOW*  
**Arinda Mardiana Hanifah**
- PENGARUH POSISI HUMAS DAN PENGGUNAAN RAGAM KOMUNIKASI PADA EFEKTIVITAS KEHUMASAN MELALUI KEGIATAN PELAYANAN WARTAWAN  
**Farida Hariyati**
- STRATEGI KAMPANYE JOKOWI-BASUKI DALAM PEMILIHAN UMUM KEPALA DAERAH DKI JAKARTA  
**Abdul Khohar**



## **PENGARUH POSISI HUMAS DAN PENGGUNAAN RAGAM KOMUNIKASI TERHADAP EFEKTIVITAS KEHUMASAN MELALUI KEGIATAN PELAYANAN WARTAWAN**

**Farida Hariyati**

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP UHAMKA

Jl. Limau II, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan

Nomor Telepon: 081808160712; 086777959494

e-mail: [idha\\_004@yahoo.com](mailto:idha_004@yahoo.com)

**ABSTRACT:** *Public Relations in government organizations are an integral part in supporting the successful implementation of the imaging and development, good governance and excellent service to the community undertaken by the government. The research was conducted at the Center for Religious Information and Public Relations (Pinmas) of the Ministry of Religious Affairs. According to structural organization of Ministry of Religious Affairs, Pinmas is under the Secretary General and its level is Echelon II. It helps to spread the information of the Ministry of Religious Affairs to the public. Quantitative methods are used in this study which attempts to explain how the influence of the position of public relations and the use of variety of public relations communication towards the effectiveness of public relations. The result shows that influence on the effectiveness of public relations position at 53.3%, and the percentage of those included in the category of moderate influence. To test the hypothesis of variety of public relations Communication towards the effectiveness of PR shows that influence of using a variety of public relation communication on the effectiveness of public relations at 71.4%, and the percentage of those included in the category of major impact/high. These results imply that there is a strong influence of the position of Public Relations and the using of a variety of communication towards its effectiveness.*

**Keywords:** Public Relations, Communication, Effectiveness, Journalist

**ABSTRAK:** Humas dalam organisasi pemerintah merupakan bagian yang menyatu dalam mendukung keberhasilan implementasi dalam rangka pemerintahan yang baik dan pelayanan ekselen terhadap komunitas yang dibawah pemerintah. Penelitian ini dilakukan pada Pusat Informasi Keagamaan dan Humas Kementrian Agama. Berdasarkan struktur organisasi Kementrian Agama, Pinmas di bawah sekretaris jenderal dan berada pada lavel eselon II. Lembaga ini bertugas menyebarkan informasi kepada publik mengenai Kementrian Agama. Metode kuantitatif digunakan untuk menjelaskan pengaruh posisi Humas dan penggunaan ragam komunikasi terhadap efektifitas Humas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh afektifitas Humas pada posisi 53.3%, yang termasuk dalam kategori pengaruh yang moderat. Uji hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh penggunaan ragam komunikasi Humas pada efektifitas Humas adalah 71.4%, yang tergolong dalam pengaruh yang tinggi. Implikasinya adalah terdapat pengaruh yang kuat pada posisi Humas dan penggunaan ragam komunikasi terhadap efektifitas komunikasinya.

**Kata Kunci:** Humas, Komunikasi, Efektifitas, Jurnalis



## PENDAHULUAN

Hubungan Masyarakat atau *Public Relations* (untuk selanjutnya disingkat Humas) dalam organisasi pemerintahan merupakan bagian yang penting dalam mendukung pencitraan dan keberhasilan pelaksanaan pembangunan oleh lembaga pemerintah, tata kelola pemerintah yang baik (*good governance*), dan pelayanan prima kepada masyarakat. Pemerintah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, dimana fungsi dan peran kehumasan menjadi sangat penting dalam lembaga pemerintah. Dewasa ini, lingkungan yang cepat berubah menuntut semua lini dalam institusi pemerintah untuk menyesuaikan pola pikir dan pola kerja yang efisien, efektif, transparan, dan akuntabel.

Kepuasan publik terhadap kinerja lembaga pemerintah secara umum nampaknya cenderung menurun sebagaimana yang terjadi pada Kementerian Agama. Hal ini disebabkan: *Pertama*, sebagian masyarakat menilai Kementerian Agama merupakan lembaga yang sarat korupsi, suap, dan gratifikasi, hal yang sangat kontradiktif dengan label kementerian yang mestinya menjadi pendukung moralitas bangsa. Karena itu Kementerian Agama harus mampu menunjukkan kepada masyarakat bahwa lembaga tersebut terus beritikad baik untuk membersihkan diri dari praktik korupsi, suap, dan gratifikasi. Kementerian Agama harus bisa melakukan pemberdayaan keberagaman bagi masyarakat secara inklusif. Di tengah keprihatinan adanya tuduhan lembaga yang paling korup sehingga beberapa pejabat harus tersangkut masalah hukum dan pengadilan, hal tersebut dijadikan awal introspeksi bagi Kementerian Agama, baik secara kelembagaan maupun personal. *Kedua*, masyarakat menengarai pelayanan dan manajemen pelayanan hajidari tahun ke tahun belum maksimal. *Ketiga*, munculnya berbagai konflik suku, agama, ras dan antargolongan (SARA)

di tanah air, semakin banyaknya aliran kepercayaan dan perilaku keberagaman masyarakat yang dianggap menyesatkan. Hal ini makin menambah berat tugas Kementerian Agama dalam meneguhkan dirinya sebagai kementerian yang memiliki misi dan visi membina dan mengorganisasikan keberagaman masyarakat.

Sebagai salah satu unit penting dalam sebuah organisasi, humas memegang peranan penting untuk merancang strategi komunikasi efektif dalam rangka memperbaiki citra organisasi. Humas memegang peranan penting dalam penyebaran informasi baik itu keluar maupun ke dalam organisasi. Menurut Cutlip & Center (dalam Jefkins, 1992:2); *public relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan tata cara organisasi demi kepentingan publiknya, serta merencanakan suatu program kegiatan dan komunikasi untuk memperoleh pengertian dan dukungan politiknya. Pada intinya, humas senantiasa berkaitan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan, dan kegiatan tersebut diharapkan akan menciptakan dampak berupa perubahan yang positif; dimana kondisi sekarang tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah menurun, maka perlu adanya upaya-upaya pemulihan citra melalui berbagai program komunikasi dan kehumasan.

Kelembagaan Publik (pemerintah) sebagaimana dalam Permenpan dan Reformasi Birokrasi Nomor 30 Tahun 2011 tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Pemerintah, dewasa ini menghadapi dua tantangan besar, yakni *internal pull*, yakni meningkatnya proses transmisi dan pertukaran informasi internal antarunit di dalam lembaga/instansi yang sangat padat dan membutuhkan saluran komunikasi. *Kedua*, *external push*, yakni meningkatnya tekanan dari lingkungan eksternal yang menuntut tingkat partisipasi dan transparansi lebih besar dalam pengelolaan pelayanan



publik. Dalam konteks kehumasan pemerintah, profesionalisme humas sebagai garda terdepan pengelolaan dan pelayanan informasi dapat dibangun dengan melalui peningkatan kapasitas dan kompetensi sumber daya manusia, memperkuat struktur dan infrastrukturnya, sistem dan prosedur, membangun komunikasi organisasi, dan manajemen krisis dalam menciptakan tata kelola kehumasan yang baik sebagai bagian dari tata kelola pemerintahan yang baik.

Dalam melaksanakan fungsinya sebagai lembaga humas kementerian, maka Pusat Informasi dan Hubungan Masyarakat (Pinmas) yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Menteri Agama melalui Sekretaris Jenderal adalah pendukung sekaligus penyampai informasi dari Kementerian Agama. Humas/ Pinmas Kementerian Agama dipimpin oleh seorang kepala dan mempunyai tugas melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, standarisasi dan bimbingan teknis serta evaluasi di bidang informasi dan hubungan masyarakat. Dalam melaksanakan tugas tersebut, Pinmas menjalankan fungsi diantaranya: a) perumusan kebijakan di bidang data, teknologi informasi dan komunikasi, serta hubungan masyarakat; b) pelaksanaan kebijakan di bidang data, teknologi informasi dan komunikasi, serta hubungan masyarakat; c) penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria di bidang data, teknologi informasi dan komunikasi, serta hubungan masyarakat; d) pemberian bimbingan teknis dan evaluasi di bidang data, teknologi informasi dan komunikasi, serta hubungan masyarakat.

Untuk menyebarluaskan kebijakan-kebijakan dan program dari Kementerian Agama pada masyarakat, maka media massa menjadi pilihan Humas dalam menjalankan tugas untuk menyampaikan informasi tentang kebijakan dan program. Dengan bantuan media massa, maka informasi dari Kementerian Agama akan tersebar luas dan menjangkau public. Itu sebabnya,

humas menyadari pentingnya media massa. Humas memerlukan media untuk menyebarluaskan informasi dan media membutuhkan humas sebagai sumber berita. Dilihat dari hal tersebut, maka penting bagi Humas Kementerian Agama untuk membentuk dan membina hubungan baik dengan media. J.C. Hooftman (Elvinaro, 2004:26) menyatakan bahwa untuk membangkitkan opini publik yang positif terhadap sesuatu badan publik harus diberikan penerangan yang lengkap dan obyektif mengenai kegiatan yang menyangkut kepentingan mereka, sehingga dengan demikian akan timbul pengertian daripadanya.

Sebagai bagian integral dari komunikasi maka Humas dapat diberikan arti tertentu. Grunig dan Hunt (1984) mendefinisikan Humas/ *Public Relations* sebagai "*the management of communication between an organization and its public.*" Atau dengan kata lain Humas merupakan manajemen komunikasi antara organisasi dengan publiknya. Sedangkan Cutlip dan Center (1969) menyatakan "*public relations is a planned effort to influence opinion through socially responsible performance based upon mutually satisfactory two-way communication.*"

Selanjutnya, menurut Cutlip, Center, dan Broom (1994) "*Public Relations is the management function that establishes and maintains mutually beneficial relationships between an organization and the publics on whom its success or failure depends.*" Sementara itu, Smith (2005) menyebutkan bahwa: *Public Relations is a management function that classically focuses on long-term patterns of interaction between an organization and all of its various public, both supportive and non-supportive. Public relations seeks to enhance these relationship, thus generating mutual understanding, goodwill, and support.*"

Berdasarkan definisi tersebut, maka Humas dapat dilihat memiliki beberapa sisi, antara lain



berkaitan dengan Humas sebagai pengelolaan komunikasi, usaha yang direncanakan, fungsi manajemen serta pengertian timbal balik, *goodwill*, dan dukungan publik. Dengan memperhatikan definisi tersebut nampak pula bahwa Humas adalah suatu kebutuhan bagi organisasi, termasuk organisasi pemerintah. Organisasi pemerintah, termasuk Kementerian Agama akan menjadi Humas sebagai sumber dari reputasi lembaga yang bersangkutan. Banyaknya publik yang dijadikan sasaran komunikasi menjadi penyebab harus efektifnya Humas yang dilaksanakan oleh organisasi pemerintah tak terkecuali Kementerian Agama. Efektivitas Humas yang dilakukan oleh pemerintah dalam mengkomunikasikan kinerjanya kepada publik akan menghasilkan reputasi pemerintah yang antara lain disebutkan sebagai kepuasan publik terhadap kinerja pemerintah.

Humas yang efektif dan mengkomunikasikan kinerja dengan baik dan benar kepada publiknya, memungkinkan untuk munculnya reputasi dan citra pemerintah yang baik dari publiknya. Reputasi dan citra lembaga pemerintah sebagai suatu organisasi tidak terlepas dari faktor kepemimpinan yang ada dalam organisasi pemerintahan. Karena reputasi dan citra akan berkaitan erat dengan kepemimpinan, maka Humas selayaknya juga menjadi bagian penting bagi pihak yang melaksanakan kepemimpinan dalam organisasi pemerintahan. Humas merupakan hal penting yang menentukan reputasi dan citra lembaga pemerintah termasuk kepemimpinan yang dipersonifikasikan oleh pimpinan organisasi pemerintah, karena itu Humas yang efektif dilaksanakan oleh organisasi pemerintah merupakan syarat untuk terciptanya kepuasan publik terhadap kinerja lembaga pemerintah, sebagaimana dinyatakan oleh Sunarto (2011 : 61) bahwa tugas kehumasan pemerintah meliputi tugas strategis, yakni ikut serta dalam *decision making process*; dan tugas taktis, yakni

: memberikan informasi, memberikan motivasi, menjalankan komunikasi timbal balik, dan membuat citra yang baik.

Berdasarkan penjabaran di atas maka dapat dikatakan bahwa untuk mewujudkan Humas yang efektif pada organisasi pemerintahan dibutuhkan adanya kepemimpinan pemerintahan. Pusat Informasi dan Hubungan Masyarakat (untuk selanjutnya disingkat PINMAS) yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Menteri Agama melalui Sekretaris Jenderal adalah pendukung sekaligus penyampai informasi dari Kementerian Agama.

Penelitian ini mengkaji tentang seberapa besar Pengaruh Posisi Humas terhadap Efektivitas Kehumasan di Kementerian Agama, seberapa besar pengaruh Penggunaan Ragam Komunikasi Humas terhadap Efektivitas Kehumasan Kementerian Agama, dan seberapa besar pengaruh Posisi Humas dan Penggunaan Ragam komunikasi Humas terhadap efektivitas Kehumasan Kementerian Agama.

## METODE

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme. Positivisme adalah satu aliran filsafat yang menolak unsur metafisik dan teologik dari realitas sosial. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu pendekatan yang mengutamakan metode pengukuran dan sampling karena menggunakan pendekatan deduktif yang menekankan prioritas mendetail pada koleksi data dan analisis. Metode kuantitatif menekankan secara khusus dalam mengukur variabel-variabel dan pembuktian hipotesis yang berkaitan dengan penjelasan suatu hubungan (Newman, 2000:179).

Dalam penelitian ini, variabel-variabel yang diukur adalah: Posisi Humas ( $X_1$ ), Penggunaan Ragam Komunikasi Humas ( $X_2$ ), dan Efektivitas Kehumasan Kementerian Agama ( $Y$ ).



Teknik analisis data kuantitatif menggunakan statistik. Dalam penelitian ini pengolahan data akan dilakukan dengan menggunakan statistik SPSS 19 dengan alat statistik *regresi linear berganda* untuk mengukur pengaruh posisi strategis Humas dan penggunaan ragam komunikasi Humas terhadap efektivitas Kehumasan Kementerian Agama. Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* melalui teknik *simple random sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dari populasi itu dengan memasukkan seluruh anggota wartawan yang menjadi populasi, kemudian diambil secara acak sebanyak 53 (lima puluh tiga) orang untuk dijadikan sampel (responden) penelitian. Cara tersebut dilakukan karena anggota populasi dianggap homogen (Sugiyono, 2011 : 64). Populasi dalam penelitian ini adalah para wartawan yang ditempatkan di Kementerian Agama yang berjumlah 112 orang, dan diambil sampel dengan menggunakan rumus Taro Yamane dengan tingkat presisi 10%.

## HASIL KAJIAN

### Gambaran Umum Pinmas Kemenag

Pusat Informasi Keagamaan dan Kehumasan (Pinmas) adalah unit kerja eselon II di lingkungan Sekretariat Jenderal Kementerian Agama

yang dibentuk berdasarkan Peraturan Menteri Agama Nomor 10 Tahun 2010 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Agama, sebagai penyempurnaan Keputusan Menteri Agama Nomor 1 Tahun 2001 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Kewenangan, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Agama.

Pinmas merupakan unsur penunjang pelaksanaan tugas Kementerian Agama yang berada di bawah dan bertanggungjawab kepada Menteri Agama melalui Sekretaris Jenderal Kementerian Agama. Ada 4 (empat) fokus utama yang mendapat perhatian untuk dilakukan yaitu:

1. Meningkatkan citra publik (*image building*) Kementerian Agama;
2. Meningkatkan hubungan antar Lembaga resmi dan media massa;
3. Menata Sistem Informasi Kementerian Agama (SIKA);
4. Menjadikan Pusat Informasi Keagamaan dan Kehumasan sebagai *bank* data (pusat data) dan informasi keagamaan yang lengkap, akurat (*up to date*) secara elektronik.

### Deskripsi Pengukuran Variabel

Dari perhitungan 6 item pertanyaan pada Variabel X1 (Posisi Humas) diperoleh Total skor  $X_1=1232$  ada pada klasifikasi tinggi; dengan demikian menurut responden variabel Posisi Humas di Kementerian Agama berada pada posisi Tinggi.

Dari total perhitungan variabel X1 tersebut, maka perhitungan total tiap dimensi adalah sebagai berikut:

Tabel1 Klasifikasi Data Variabel Posisi Humas (Variabel X1)

DIMENSI	Kode	Juml Responden	Juml Item	Nilai Total	Rata-rata
Koalisi Dominan	X1	53	6	1232	3,9



Apabila angka-angka dalam tabel di atas dikaitkan dengan klasifikasi nilai variabel, maka dapat dideskripsikan sebagai berikut :

*Posisi Humas dalam dimensi koalisi dominan dengan nilai rata-rata 3,9 termasuk dalam kategori tinggi.*

Untuk Variabel X2 (Penggunaan Ragam Komunikasi Humas) diperoleh perhitungan

Total skor  $X_2 = 4461$  ada pada klasifikasi tinggi; dengan demikian menurut responden variabel Penggunaan Ragam Komunikasi Humas berada pada posisi Tinggi. Dari total perhitungan variabel X2 tersebut, maka perhitungan total tiap dimensi adalah sebagai berikut :

Tabel 2  
Klasifikasi Data Variabel Penggunaan Ragam Komunikasi Humas (Variabel X2)

DIMENSI	Kode	Jumlah Responden	Jumlah Item	Nilai Total	Rata-rata
Pemilihan Media Komunikasi	X2.1	53	9	1845	3,9
Ketrampilan Berkomunikasi	X2.2	53	8	1630	3,8
Pengetahuan Manajerial Humas	X2.3	53	5	986	3,7

Apabila angka-angka dalam tabel di atas dikaitkan dengan klasifikasi nilai variabel, maka dapat dideskripsikan sebagai berikut :

1. Penggunaan Ragam Komunikasi Humas dalam dimensi Pemilihan Media Komunikasi dengan nilai rata-rata 3,9 termasuk dalam kategori tinggi.
2. Penggunaan Ragam Komunikasi Humas dalam dimensi Ketrampilan Berkomunikasi dengan nilai rata-rata 3,8 termasuk dalam kategori tinggi.

3. Penggunaan Ragam Komunikasi Humas dalam dimensi Pengetahuan Manajerial Humas dengan nilai rata-rata 3,7 termasuk dalam kategori sedang.

Untuk Variabel Y (Efektivitas Kehumasan) diperoleh perhitungan Total skor  $Y = 2658$  ada pada klasifikasi tinggi; dengan demikian menurut responden variabel Efektivitas Kehumasan berada pada posisi Tinggi.

Dari total perhitungan variabel X2 tersebut, maka perhitungan total tiap dimensi adalah sebagai berikut :

Tabel 3  
Klasifikasi Data Variabel Efektivitas Kehumasan (Variabel Y)

DIMENSI	Kode	Jumlah Responden	Jumlah Item	Nilai Total	Rata-rata
PR Outputs	Y1	53	5	937	3,5
PR Outtakes	Y2	53	5	956	3,6
PR Outcomes	Y3	53	4	765	3,6

Apabila angka-angka dalam table di atas dikaitkan dengan klasifikasi nilai variabel, maka dapat dideskripsikan sebagai berikut :

1. Efektivitas Kehumasan dalam dimensi *PR Outputs* dengan nilai rata-rata 3,5 termasuk dalam kategori sedang.

2. Efektivitas Kehumasan dalam dimensi *PR Outtakes* dengan nilai rata-rata 3,6 termasuk dalam kategori sedang.
3. Efektivitas Kehumasan dalam dimensi *PR Outcomes* dengan nilai rata-rata 3,6 termasuk dalam kategori sedang.

Uji Pengaruh Posisi Humas ( $X_1$ ) terhadap Efektivitas Kehumasan Kementerian Agama (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 <sup>a</sup>	.533	.523	5.698

. Predictors: (Constant), X1

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa RSquare = 0.533 berarti besar pengaruh posisi humas terhadap efektivitas kehumasan sebesar 53,3%. Prosentase tersebut termasuk

dalam kategori pengaruh sedang. Sedangkan tinggi untuk Posisi Humas 46,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

ANOVA <sup>b</sup>						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	1886.779	1	1886.779	58.107	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1656.014	51	32.471		
	Total	3542.792	52			

a. Predictors: (Constant), X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan table anova di atas, signifikansi yang muncul adalah 0.000; ini lebih kecil dari signifikansi standar yaitu 0.05. ini berarti

pengaruh sebesar 53,3% di atas adalah signifikan (berarti).

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	B	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Std. Error	Beta			
1	(Constant)	17.250	4.387		3.932	.000
	X1	1.415	.186	.730	7.623	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan table koefisien di atas, menunjukkan bahwa besar konstanta 17,25 besar koefisien untuk  $X_1 = 1,415$  dengan demikian maka persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 17,25 + 1,415X_1$$

artinya bahwa jika  $X_1$  bertambah 1 (satu) nilai maka persamaannya menjadi :

$$\hat{Y} = 17,25 + 1,415X_1$$

$$\hat{Y} = 17,25 + 1,415$$

$$\hat{Y} = 18.665$$



Uji Pengaruh Penggunaan Ragam Komunikasi Humas ( $X_2$ ) Mempengaruhi Efektivitas Kehumasan Kementerian Agama (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.845 <sup>a</sup>	.714	.708	4.458

a. Predictors: (Constant),  $X_2$

Berdasarkan table di atas menunjukkan bahwa  $RSquare = 0.714$  berarti besar pengaruh penggunaan ragam komunikasi humas terhadap efektivitas kehumasan sebesar 71,4%.

Prosentase tersebut termasuk dalam kategori pengaruh besar. Sedangkan penggunaan ragam komunikasi humas 28,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2529.352	1	2529.352	127.286	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1013.440	51	19.871		
	Total	3542.792	52			

a. Predictors: (Constant),  $X_2$

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan table anova di atas, signifikansi yang muncul adalah 0.000; ini lebih kecil dari signifikansi standar yaitu 0.05. ini berarti

pengaruh sebesar 71,4% di atas adalah signifikan (berarti).

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	B	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.295	4.373		.296
	$X_2$	.580	.051	.845	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan table koefisien di atas, menunjukkan bahwa besar konstanta 1,295 besar koefisien untuk  $X_2 = 0,580$  dengan demikian maka persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 1,295 + 0,508X_2$$

artinya bahwa jika  $X_2$  bertambah 1 (satu) nilai maka persamaannya menjadi :

$$\hat{Y} = 1,295 + 0,508X_2$$

$$\hat{Y} = 1,295 + 0,508$$

$$\hat{Y} = 1,803$$



**Uji Pengaruh Posisi Humas ( $X_1$ ) dan Penggunaan Ragam Komunikasi Humas ( $X_2$ ) terhadap Efektivitas Kehumasan Kementerian Agama (Y)**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.900 <sup>a</sup>	.8100	.8100	.369
a. Predictors: (Constant), $X_2$ , $X_1$				

Berdasarkan table di atas menunjukkan bahwa RSquare = 0.8100 berarti besar pengaruh posisi humas dan penggunaan ragam komunikasi humas terhadap efektivitas kehumasan sebesar 81%. Prosentase tersebut termasuk

dalam kategori besar pengaruh besar. Sedangkan pengaruh posisi humas dan penggunaan ragam komunikasi secara bersamaan sebesar 19% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

ANOVA <sup>b</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1					
Regression	6677503.986	2	3338751.993	174938.936	.000 <sup>a</sup>
Residual	973.347	51	19.085		
Total	6678477.333	53			
a. Predictors: (Constant), $X_2$ , $X_1$					
b. Dependent Variable: Y					

Berdasarkan table anova di atas, signifikansi yang muncul adalah 0.000; ini lebih kecil

dari signifikansi standar yaitu 0.05. ini berarti pengaruh sebesar 81% di atas adalah signifikan (berarti).

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	B	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.01	.617		.002	.999
	$X_1$	.339	.229	.157	1.481	.145
	$X_2$	.502	.063	.843	7.933	.000
a. Dependent Variable: Y						

Berdasarkan table koefisien di atas, menunjukkan bahwa besar konstanta 0.01, besar koefisien untuk  $X_1$  = 0.339 dan koefisien  $X_2$  = 0.502. dengan demikian maka persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 0.01 + 0.339X_1 + 0.502X_2$$

jika  $X_1$  dan  $X_2$  bertambah 1 (satu) nilai maka persamaannya menjadi :

$$\hat{Y} = 0.01 + 0.339X_1 + 0.502X_2$$

$$\hat{Y} = 0.01 + 0.339 + 0.502$$

$$\hat{Y} = 0,851$$



## DISKUSI

### Pengaruh Variabel Posisi Humas (X<sub>1</sub>) Terhadap Efektivitas Kehumasan (Y)

Humas dewasa ini telah menempati posisi penting dalam ruang lingkup hierarkhi organisasi. Humas tidak lagi hanya didapati pada fungsi staf (*technical level*). Humas dalam sebuah manajemen organisasi juga berperan dalam tingkat managerial yang bertindak sebagai *expert prescriber* yang membantu manajemen (pimpinan) untuk menyelesaikan suatu persoalan dan mengatasi konflik, serta sebagai *problem solveing process facilitator* yakni bertindak sebagai tim manajemen dalam proses pengambilan keputusan (Dozier & Broom: 1995).

Cutlip, Center, dan Broom mendefinisikan humas atau *public relations* : "*public relations is the management function that establishes and maintains mutually beneficial relationship between an organization and the public on whom it success of failure depends*".

Definisi tersebut memiliki arti bahwa organisasi menempatkan humas dalam fungsi manajemen, sehingga manajemen harus memperhatikan humas. Definisi tersebut juga mengidentifikasi adanya keberlangsungan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publik.

Gagasan mengenai Humas seharusnya masuk dalam jajaran *top management* telah dicetuskan oleh Ivy Lee dengan "*Declaration of Principles*" yang menyatakan bahwa humas yang profesional harus mengikuti prinsip-prinsip (Cutlip, Center, & Broom: 2006 : 1) menyampaikan informasi dengan jujur (*tell the truth*); 2) memberikan fakta-fakta yang akurat (*provide accurate facts*); dan 3) manajer humas harus memiliki akses pada pimpinan tertinggi dan mampu mempengaruhi dalam pengambilan keputusan (*the public relations director must have access to top management and must be able to influence decisions*).

Humas dapat berfungsi dengan maksimal ketika masuk dalam jajaran pimpinan tertinggi sebuah organisasi (*top management*) juga didukung oleh Grunig yang kemudian disebut sebagai Koalisi Dominan. Definisi koalisi dominan (*dominant coalition*) menurut Grunig adalah :

"*A group forms in organization with the power to make and force decision about the direction of organization, its task, its objectives and function such groups are called dominant coalitions, and groups with the power to set organization structures and strategies over a sustained period of time. The dominant coalition's power become recognized as legitimate in time by those whom such power is exercised. That power may be institutional through binding legal documents.*"

Definisi koalisi dominan seperti disebutkan di atas, secara umum artinya bahwa koalisi dominan merupakan kelompok eksekutif yang memiliki kekuatan dan kekuasaan dalam struktur organisasi dalam hal pengambilan keputusan mengenai pencapaian tujuan, tugas, dan fungsi strategis. Menurut Grunig, saat ini dibutuhkan humas dengan kemampuan profesional yang handal atau berperan sebagai praktisi yang *excellent*, berpartisipasi dalam kelompok pembuat keputusan strategis pada level koalisi dominan, dan selain itu posisi tersebut akan ditentukan oleh persepsi eksekutif pimpinan tertinggi (*top level management*), jika penilaiannya terhadap fungsi humas tinggi, maka posisi departemen dan eksekutif humas ditempatkan pada *top management decision making* dalam struktur organisasi, yang artinya humas berada dalam tataran *strategic management*, dan terlibat dalam menentukan kebijakan strategis, konsep-konsep, sasaran jangka panjang dan sesuai dengan tujuan organisasi.

Sementara itu, secara empirik, nilai hubungan Variabel X<sub>1</sub> dengan Variabel Y adalah 0,73 dengan signifikansi 0,00 yang artinya ada



hubungan yang signifikan antara Variabel X<sub>1</sub> (Posisi Humas) dan Variabel Y (Efektivitas Kehumasan). Besar hubungan 0,73 termasuk dalam klasifikasi kuat (Sugiyono, 2006). Sementara itu, hasil analisis data dengan taraf signifikansi 0,05 penelitian ini menunjukkan bahwa posisi humas adalah sedang, dan dalam dimensi koalisi dominan juga dinyatakan sedang. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.533 yang berarti pengaruh posisi Humas terhadap efektivitas kehumasan Kementerian Agama adalah sebesar 53,3%. Artinya 53,3% perubahan pada variabel Y (Efektivitas kehumasan Kementerian Agama) dapat dijelaskan oleh perubahan yang terjadi pada variabel X<sub>1</sub> (Posisi Humas). Sedangkan sisanya 46,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar variabel posisi Humas.

Apabila hasil penelitian tersebut disintesis dengan pandangan teori di atas maka dapat dinyatakan bahwa hasil penelitian terhadap para wartawan yang meliput berita di Kementerian Agama yang menyatakan bahwa posisi humas Kementerian Agama (PINMAS) sedang dengan dimensi koalisi dominan juga sedang didukung oleh teori dari Grunig. Dalam struktur organisasi di Kementerian Agama, PINMAS masuk dalam jajaran lembaga eselon II setingkat biro, yang bertanggung jawab terhadap menteri dibawah koordinasi Sekretariat Jendral.

Berdasarkan inventarisasi dan telaahan kehumasan Pemerintah tingkat pusat yang dilakukan oleh Direktorat Pembinaan Humas Deppen pada tahun 1998, kondisi humas pemerintah bervariasi, hal ini dibuktikan dengan data kedudukan kepala unit humas dalam struktur organisasi lembaga/instansi pemerintah yang berada pada level *top management* hanya 6,50%. Sebagian besar berada pada level *middle management* yaitu 72,72%, dan pada level *low management* sebanyak 20,78% (Hasibuan, M.A : 2011). Meskipun sarana dan prasarana unit kerja humas suatu organisasi pemerintah cukup memadai,

namun secara struktural unit kerja humas tersebut jauh dari pimpinan organisasi, maka humas tidak akan dapat berperan karena tidak memiliki akses langsung. Akibatnya, humas menjadi kurang berfungsi.

Sementara itu, hasil penelitian sejenis terdahulu oleh Yudi Eko Wicaksono, Pascasarjana Universitas Trisakti, Magister Ilmu Komunikasi, 2012 dalam tesis berjudul “Analisis Efektivitas *Public Relations* Pemerintah dalam Pandangan Jurnalis” mengemukakan kinerja PR pemerintahan (SBY-Boediono) yang berjalan kurang baik dikarenakan beberapa faktor, seperti sistem pemerintahan, politik, tingkat perekonomian, kondisi sosial dan budaya, sistem media, dan kelompok penekan. Dalam penelitian tersebut, pengaruh yang signifikan dari posisi strategis Humas adalah signifikan, dengan pendalaman lebih lanjut terhadap realitas Humas pemerintah di Indonesia. Pemberian peran terhadap Menteri Penerangan pada era Orde Baru sebagai juru bicara pemerintah dan munculnya jurubicara Presiden dan kemudian dibentuk Kementerian Komunikasi dan Informatika menunjukkan bahwa pemerintah menyadari posisi strategis humas ini.

### **Pengaruh Variabel Penggunaan Ragam Komunikasi Humas(X<sub>2</sub>) Terhadap Efektivitas Kehumasan (Y)**

Dalam melaksanakan kegiatan dan program kerjanya, Humas dituntut untuk memiliki dan menguasai berbagai ketrampilan yang menunjang kinerjanya. Komunikasi merupakan modal dan kunci sukses dalam menunjang kinerja humas, sehingga ketrampilan komunikasi sangatlah dibutuhkan; yaitu ketrampilan komunikasi lisan (*oral skill*), komunikasi tulisan (*written skill*), dan komunikasi non-verbal (*non-verbal communication*).

Komunikasi lisan meliputi penyajian, pemahaman karakter audiens, mendengar secara



kritis, dan bawahi tubuh. Komunikasi oral adalah kemampuan untuk menjelaskan dan mempresentasikan ide secara lisan dalam bahasa yang jelas (mudah dimengerti) kepada khalayak yang beragam. Kemampuan ini mencakup kemampuan untuk mengemas kata-kata, menggunakan gaya dan pendekatan yang tepat, dan pemahaman tentang pentingnya isyarat non-verbal dalam komunikasi lisan. Teknik komunikasi lisan dikembangkan dalam *public speaking*, presentasi, dan penyiaran.

Ketrampilan penting yang harus dimiliki oleh seorang humas menurut Seitel (2011, halaman 46) adalah : 1) Pengetahuan tentang bidang kerja (*knowledge of the field*); yakni pengetahuan mendasar tentang kehumasan; 2) Pengetahuan tentang komunikasi (*communication knowledge*); meliputi media dan bagaimana mereka bekerja, riset komunikasi, dan paling penting adalah kemampuan menulis; 3) Pengetahuan teknologi (*technological knowledge*); yakni menguasai teknologi komputer dan hal-hal yang berkaitan dengan teknologi internet; 4) Mengetahui peristiwa-peristiwa terkini (*current events knowledge*); pengetahuan tentang apa yang terjadi di sekitar, faktor-faktor yang mempengaruhi lingkungan: sejarah, literature, bahasa, politik, ekonomi, dan hal-hal kekinian lainnya; 5) Pengetahuan bisnis/usaha (*business knowledge*); bagaimana sebuah bisnis berjalan, orientasi bisnis, dan terpenting pengetahuan tentang lembaga tempat bekerja; dan 6) Pengetahuan tentang manajemen (*management knowledge*); mengetahui bagaimana proses pengambilan keputusan, pembentukan kebijakan, dan bagaimana tekanan dan tanggung jawab yang diterima oleh pimpinan.

Setiap petugas humas harus selalu meningkatkan kinerjanya sesuai dengan tuntutan paradigma baru di era reformasi, menjaga dan memelihara serta meningkatkan citra dan reputasi pemerintah, dengan menyebarluaskan

informasi secara profesional dan proporsional serta mampu mengkonter isu-isu negatif yang merugikan organisasi. Pengaruh yang signifikan dari penggunaan ragam komunikasi humas dapat dilihat dengan mengamati kenyataan yang berkembang dalam kehidupan realita kehumasan di Kementerian Agama bahwa beraneka ragam komunikasi digunakan untuk meningkatkan pemahaman dan pengertian publik tentang aktivitas kementerian. Penjelasan pers atau keterangan pemerintah kepada publik melalui berbagai media sebagian besar disampaikan oleh pejabat yang secara khusus ditugaskan pada bidang kehumasan (Kepala PINMAS). Media komunikasi yang digunakan oleh PINMAS Kementerian Agama untuk menyampaikan segala sesuatu yang berkaitan dengan aktivitas kementerian, mulai dari media cetak, media elektronik, media *online*, *e-mail*, dan *website*. Banyaknya pemberitaan, edaran, atau himbuan dari kementerian yang disampaikan melalui berbagai media menjadi bukti sederhana bahwa penggunaan ragam komunikasi humas memberikan pengaruh kuat terhadap efektivitas kehumasan Kementerian Agama yang tujuannya tidak lain adalah peningkatan citra lembaga oleh masyarakat sebagai tujuan tersendiri dari humas lembaga pemerintah yang efektif.

Secara empirik, nilai hubungan Variabel X2 dengan Variabel Y adalah 0,845 dengan signifikansi 0,00 yang artinya ada hubungan yang signifikan antara Variabel X2 (Penggunaan Ragam Komunikasi Humas) dan Variabel Y (Efektivitas Kehumasan). Besar hubungan 0,845 termasuk dalam klasifikasi kuat (Sugiyono, 2006). Sementara itu, hasil analisis data penelitian dengan taraf signifikansi 0,05 menunjukkan bahwa penggunaan ragam komunikasi humas adalah tinggi. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.714 yang berarti pengaruh penggunaan ragam komunikasi Humas terhadap efektivitas kehumasan Kementerian Agama adalah



sebesar 71,4%. Artinya 71,4% perubahan pada variabel Y (Efektivitas Kehumasan Kementerian Agama) dapat dijelaskan oleh perubahan yang terjadi pada variabel  $X_2$  (Penggunaan Ragam Komunikasi Humas). Sedangkan sisanya 29,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar variabel penggunaan ragam komunikasi Humas. Menurut Lena Satlita (dalam [staff.uny.ac.id](http://staff.uny.ac.id)) berbagai persepsi tentang humas telah membuat dunia humas di Indonesia tumbuh pada arah yang keliru dan melahirkan pandangan sinis terhadap profesi ini. Hal ini membuahkan penilaian dan apresiasi kepada humas Indonesia secara tidak proporsional. Dalam convenient sampling yang dilakukan terhadap peserta Konvensi Humas di Yogyakarta tahun 1998 (Elizabeth Gunawan Ananto, 2004; dikutip dalam Lena Satlita) terungkap bahwa responden menganggap bahwa profesi humas belum mendapat tempat yang layak atau sejajar dengan profesi lain. Hal ini disebabkan karena kurangnya apresiasi pimpinan lembaga (39%), terjadi kesalahan persepsi mengenai profesi humas (31%), keterbatasan kemampuan praktisi humas (22%), tidak adanya persyaratan khusus untuk melaksanakan profesi humas (8%).

Sementara itu, hasil penelitian sejenis terdahulu oleh Yudi Eko Wicaksono, Pascasarjana Universitas Trisakti, Magister Ilmu Komunikasi, 2012; dalam Tesis yang berjudul "Analisis Efektivitas *Public Relations* Pemerintah dalam Pandangan Jurnalis", mengemukakan bahwa penggunaan ragam komunikasi humas berpengaruh signifikan terhadap efektivitas publik relations pemerintah dengan perolehan nilai koefisien beta sebesar 0.163, artinya setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan pada penggunaan ragam komunikasi humas, maka *efektivitas public relations* pemerintah akan meningkat sebesar 0.163.

### **Pengaruh Variabel Posisi Humas ( $X_1$ ) dan Penggunaan Ragam Komunikasi Humas ( $X_2$ ) terhadap Efektivitas Kehumasan Kementerian Agama**

Efektivitas memiliki arti berhasil atau tepat guna. Pengertian efektivitas secara umum menunjukkan sampai seberapa jauh tercapainya suatu tujuan yang terlebih dahulu ditentukan. Menurut Effendy (1989) mendefinisikan efektivitas sebagai berikut: "Komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan sesuai dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan dan jumlah personil yang ditentukan" (Effendy, 1989:14). Efektivitas menurut pengertian di atas mengartikan bahwa indikator efektivitas dalam arti tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya merupakan sebuah pengukuran dimana suatu target telah tercapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

Sedangkan menurut Walter K. Lindenmann ([eportfolio.lib.ksu.edu.tw/](http://eportfolio.lib.ksu.edu.tw/)), untuk mengukur efektivitas humas ada tiga hal yang dilakukan :

#### **1. Mengukur *Output* humas (*PR Output*)**

Output merupakan hasil dari upaya-upaya yang dilakukan oleh humas (pesan-pesan yang sudah dikirim) dan hasilnya segera terlihat dari kegiatan atau program humas. Tahap ini merupakan cara humas dalam menampilkan diri kepada pihak lain, seberapa banyak ekspos yang diterima lembaga tersebut, seperti artikel-artikel, cerita-cerita atau penempatan yang muncul di media.

#### **2. Mengukur *PR Outtakes* atau *Out-growth***

Mengukur apakah pihak yang menjadi target dari humas tersebut menerima pesan yang ingin disampaikan dengan baik, sejauhmana humas tersebut mampu membuat mereka tertarik, memahaminya serta mengingatnya pesan yang telah diterima dari kegiatan humas tersebut.

#### **3. Mengukur *PR Outcomes***



Mengukur apakah alat-alat komunikasi dan pesan-pesan yang telah disebarkan kepada target mampu menghasilkan perubahan terhadap opini, sikap, dan tingkah laku.

Dari berbagai pandangan definisi tersebut, maka efektivitas kehumasan Kementerian Agama dapat dikatakan tinggi. Secara empirik, nilai hubungan Variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> dengan Variabel Y adalah 0,9 dengan signifikansi 0,00 yang artinya ada hubungan yang signifikan antara Variabel X<sub>1</sub> (Posisi Humas) dan Variabel X<sub>2</sub> (Penggunaan Ragam Komunikasi Humas) dengan Variabel Y (Efektivitas Kehumasan). Besar hubungan 0,9 termasuk dalam klasifikasi kuat (Sugiyono, 2006). Secara empirik hasil analisis data penelitian dengan taraf signifikansi 0,05 menunjukkan bahwa efektivitas kehumasan Kementerian Agama adalah tinggi. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.8100 yang berarti pengaruh posisi Humas dan penggunaan ragam komunikasi Humas terhadap efektivitas kehumasan Kementerian Agama adalah sebesar 81%. Artinya 81% perubahan pada variabel Y (Efektivitas kehumasan Kementerian Agama) dapat dijelaskan oleh perubahan yang terjadi pada variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> (Posisi Humas dan Penggunaan Ragam Komunikasi Humas). Sedangkan sisanya 19 % dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar variabel posisi Humas dan penggunaan ragam komunikasi Humas.

Apabila hasil penelitian tersebut disintesis dengan kesimpulan teoritis di atas, maka dapat dinyatakan bahwa hasil penelitian terhadap para wartawan yang ditempatkan di Kementerian Agama yang menyatakan bahwa efektivitas kehumasan Kementerian Agama adalah tinggi dapat didukung oleh teori.

Sementara itu, hasil penelitian sejenis terdahulu yaitu penelitian Saudara Hendri Tan, Olivia Willy, dan Hendra yang berjudul "Mengukur Efektivitas *Public Relations* RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia) dalam Membangun

*Brand Awareness*" menyatakan bahwa variabel efektivitas humas di RCTI dipengaruhi kuat oleh *PR Outputs* dan *PR Outcomes* yang secara signifikan berpengaruh terhadap *Brand Awareness*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas kehumasan Kementerian Agama adalah tinggi, didukung oleh teori maupun oleh hasil penelitian sejenis terdahulu lainnya. Efektivitas kehumasan pemerintah dapat dicapai dengan meningkatkan profesionalisme humas sebagai garda terdepan pengelolaan dan pelayanan informasi. dapat dibangun dengan melalui peningkatan kapasitas dan kompetensi sumber daya manusia, memperkuat struktur dan infrastruktur, system dan prosedur, membangun komunikasi organisasi, melakukan audit komunikasi serta manajemen komunikasi krisis dalam upaya menciptakan tata kelola kehumasan yang baik sebagai bagian dari tata kelola pemerintah yang baik.

Posisi humas di lembaga pemerintahan (Kementerian Agama) harus tinggi atau masuk dalam jajaran top management. Apabila posisi humas tersebut masih dalam kategori sedang atau bahkan rendah maka peran dan fungsi humas pemerintah menjadi tidak maksimal, dan pada akhirnya humas tetap berada pada level teknisi (*technical level*); sehingga perlu diperhatikan hal-hal sebagai berikut: *pertama*, semakin ditingkatkannya kesadaran dan dukungan dari para pemimpin lembaga akan pentingnya posisi humas dalam sebuah organisasi, sekalipun organisasi pemerintah. Hal ini perlu dukungan semua pihak dalam organisasi, terutama pada level pimpinan tertinggi, karena faktor kepemimpinan sangat besar pengaruhnya terhadap penghargaan posisi humas. Jadi pemantapan kinerja kehumasan pemerintah secara ideal seharusnya didukung oleh adanya akses langsung antara humas dengan pimpinan organisasi. *Kedua*, Koordinasi dan pertukaran informasi dengan cara *benchmarking* (studi banding) baik dengan bagian humas



lembaga pemerintah lain maupun lembaga non pemerintah dapat memberikan masukan, inspirasi, dan koreksi terhadap bagaimana idealnya posisi humas. Humas-humas pemerintah yang tergabung dalam Bakohumas dapat lebih meningkatkan intensitas koordinasi dan pertukaran informasi sehingga humas pemerintah senantiasa mampu mengikuti perkembangan informasi yang ada.

Untuk menunjang kinerja seorang humas, perlu diperhatikan bagaimana pemilihan penggunaan ragam komunikasi yang harus dipilih, sebab jika jika penggunaan ragam komunikasi humas tersebut sedang atau bahkan rendah, maka dapat menurunkan kualitas, ketepatan, dan kecepatan penyampaian informasi lembaga kepada publik, yang kemudian menurunkan kinerja dari Pinmas, untuk itu, penempatan SDM yang handal dan professional di bagian humas, sebaiknya dalam proses rekrutmen Calon Pegawai Negeri Sipil (CPNS) bidang kehumasan, perlu diperhatikan latar belakang pendidikan yang sesuai dengan bidangnya. Dengan bekal pendidikan yang linear dengan bidang kerja, maka para pranata humas dapat melakukan pekerjaannya sesuai dengan kompetensi dan kredibel terutama menyangkut seni berkomunikasi sebagai dasar kemampuan seorang humas, yakni mampu menjadi pandangan dan terampil menyampaikan pendapat atau pandangan baik secara tertulis maupun lisan. *The right man on the right place* harus dijadikan dasar dalam perekrutan pegawai sehingga permasalahan kehumasan tidak menjadi kompleks.

Selain itu, perlunya diberikan peningkatan kemampuan humas dalam bidang administrasi, manajemen, dan *public service* yang mengacu pada pelayanan publik sebagai manifestasi dari reformasi birokrasi, terlebih lagi bahwa 70% bidang kerja Kementerian Agama adalah bidang

pelayanan public. Untuk mendukung ketrampilan tersebut, seorang humas harus memiliki kemampuan mengorganisir, melakukan komunikasi dua arah dan dialogis dengan publik di segala lapisan. Selain itu, agar profesionalisme humas semakin meningkat, personil humas perlu dibekali ilmu tentang public crisi management agar mampu menganalisis, menginterpretasikan, dan mengevaluasi kecenderungan perilaku public atas setiap pemberitaan yang menyangkut instansi pemerintah. Selain itu perlu dilakukan berbagai pelatihan dilakukan oleh kementerian untuk meningkatkan kemampuan SDM yang menunjang bidang kehumasan, yakni dalam bidang seperti pelatihan IT, pelatihan jurnalistik, pelatihan internet, dan pelatihan *public speaking*.

## SIMPULAN

Untuk meningkatkan kepercayaan publik, maka efektivitas kehumasan Kementerian Agama harus tinggi. Jika efektivitas kehumasan sedang, bahkan rendah, berarti fungsi dan peran humas tidak berjalan dengan maksimal, sehingga perlu direvitalisasi fungsi dan peran humas dalam Pinmas Kementerian Agama. Dengan demikian pelayanan publik menjadi lebih baik sesuai dengan visi dan misi Pinmas dan mampu mengakomodasi tuntutan era keterbukaan informasi publik yang intinya memberikan kewajiban kepada setiap badan publik untuk membuka akses bagi setiap pemohon informasi publik untuk mendapatkan informasi publik.

Humas yang berfungsi sebagai penghubung publik baik internal maupun eksternal dengan para *stakeholder* memiliki pengaruh yang besar bagi Kementerian Agama. Karena itu seluruh pranata humas di Kementerian Agama perlu memiliki kemampuan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengevaluasian yang baik.



## DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, John W. 2010. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, & Mixed* (edisi terjemahan). Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Cutlip, Scott M & Allen H Center. 2006. *Effective Public Relations* 9<sup>th</sup> ed. New Jersey: Pearson Education.
- Effendy, Onong Uchjana. 1984. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- . 2006. *A Development Framework for Government Communicators*, Centre for Public Relations Studies, Leeds Metropolitan University, Leeds, UK, dalam *Journal of Communication Management*, Vol. 10 Article 2.
- Grunig, James E (ed). 1992. *Excellence in Public Relations and Communication Management*. New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Hardjana, Andre. 2000. *Audit Komunikasi : Teori dan Praktek*. Jakarta: Grassindo.
- Hon, Linda Childers & James E. Grunig. 1999. *Guidelines for Measuring Relationship in Public Relations*, Institute of Public Relations. ([www.instituteforpr.org](http://www.instituteforpr.org))
- Jefkins, Frank. 1995. *Public Relations* (edisi terjemahan). Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- Lindenmann, Walter K. 2001. *An 'Effectiveness Yardstick' to Measure Public Relations Success* dalam [eportfolio.lib.ksu.edu.tw](http://eportfolio.lib.ksu.edu.tw)
- Newman, W. Lawrence. 2000. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approach*. Boston: Allyn and Bacon.
- Satlita, Lena. 2005. *Reposisi dan Fungsi Strategis Public Relations dalam Organisasi*, dalam [staff.uny.ac.id](http://staff.uny.ac.id)
- Seitel. Fraser P. 2011. *The Practice of Public Relations* 11<sup>th</sup> ed. New Jersey: Pearson Education.
- Smith. Ronald D. 2002. *Strategic Planning for Public Relations*, New Jersey : Lawrence Elbraum Associates Inc.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- . 2011. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sunarto, 2012. *Humas Pemerintahan dan Komunikasi Persuasif; untuk Peroleh Peran Serta Masyarakat*. Bandung : Alfabeta.

## Tesis

- Tan, Hendri, Olivia Willy, dan Hendra. 2005. Tesis tidak diterbitkan. "Mengukur Efektivitas *Public Relations* Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) dalam Membangun *Brand Awareness*". Jakarta : Universitas Bina Nusantara.
- Wicaksono, Yudi Eko. 2012. "*Analisis Efektivitas Public Relations Pemerintah dalam Pandangan Jurnalis*". Tesis tidak diterbitkan. Jakarta : Universitas Trisakti.