

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manajemen *public relations* merupakan suatu proses perencanaan, hingga pengevaluasian suatu kegiatan komunikasi yang dinaungi oleh organisasi. Manajemen *public relations* dapat diimplementasikan di berbagai kegiatan pemerintahan. Kegiatan internal maupun eksternal pemerintahan tentunya tidak akan lepas dari komunikasi di dalamnya. Komunikasi dalam kegiatan pemerintah harus dikelola dengan baik melalui manajemen *public relations* karena merupakan salah satu kunci keberhasilan kegiatan tersebut. Kegiatan komunikasi di dalam pemerintahan yang harus dikelola dengan baik salah satunya yakni sosialisasi program kerja.

Sosialisasi merupakan suatu bentuk interaksi sosial yang bertujuan untuk memberikan informasi dan mempersuasi untuk merubah sikap seseorang. Sosialisasi dalam pemerintahan merupakan cara untuk menginformasikan kebijakan-kebijakan yang telah diputuskan oleh pemerintah kepada masyarakatnya. Sosialisasi juga berfungsi untuk menginformasikan program-program kerja yang dimiliki oleh pemerintah dan mempersuasi masyarakat untuk berpartisipasi dalam program tersebut.

Patmawati dalam jurnal ilmu komunikasi volume 4 nomor 1 tahun 2016, menjelaskan bahwa sosialisasi pada kegiatan pemerintahan harus informatif. Proses sosialisasi yang informatif akan berkembang menjadi persuasi yang bertujuan untuk menarik minat, mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang. Sosialisasi dalam pemerintahan merupakan bentuk komunikasi yang harus dilaksanakan untuk merealisasikan setiap program kerja, agar terlaksana dengan baik sesuai dengan rencana dan tujuan yang diharapkan.

Dinas Pendidikan Kota Cimahi merupakan instansi pemerintah yang saat ini memiliki program pendidikan keagamaan. Salah satu program pendidikan keagamaan yang diangkat dalam penelitian ini adalah program pemberian insentif kepada guru ngaji. Program ini merupakan bentuk perhatian khusus dari pemerintah terhadap guru ngaji yang memiliki peran besar dalam membentuk sumber daya manusia yang agamis. Seringkali guru ngaji ini luput dari perhatian pemerintah dan masyarakat sekitar.

Berdasarkan data pra wawancara bersama Bapak Nur Saleh (Kepala Seksi Pendidikan Masyarakat) pada Januari 2020, program pemberian insentif ini merupakan program yang sudah dilaksanakan di pemerintahan periode sebelumnya. Adapun pada tahun 2019 jumlah insentif yang diberikan jumlahnya lebih banyak dibandingkan dengan periode sebelumnya. Dana yang dianggarkan pada periode ini sebesar 3,4 miliar rupiah per tahun. Anggaran tersebut berdasarkan Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) tahun anggaran 2019 pada pendidikan non formal.

Anggaran dana yang ditambah pada periode ini tentunya bertujuan untuk memberikan apresiasi lebih dan mensejahterakan guru ngaji yang ada di kota Cimahi. Selama ini guru ngaji memiliki peranan penting dalam membina masyarakat di bidang keagamaan khususnya agama Islam. Pembinaan masyarakat dalam bidang keagamaan ini membantu mewujudkan visi Cimahi Kota Agamis dengan sumber daya manusia yang berakhlak mulia dan memiliki kecerdasan spiritual. Berdasarkan data pra penelitian yang didapatkan dari halaman *website cimahi.go.id* yang diakses pada Januari 2020, pada periode 2017-2020 kota Cimahi mengusung visi “Cimahi Baru, Maju, Agamis dan Berbudaya.”

Ibu Atik seorang guru ngaji di wilayah Kota Cimahi sangat mengapresiasi program pemberian insentif kepada guru ngaji ini. Sebelumnya perhatian kepada guru ngaji ini sangat kurang, baik itu dari pemerintahan maupun dari masyarakat. Beberapa tahun yang lalu, pemerintah belum memberikan insentif kepada guru ngaji. Orang tua santri yang menitipkan anaknya mengaji di madrasah sulit sekali memberikan uang iuran bulanan, padahal pihak Ibu Atik tidak pernah memberikan tarif tertentu. Adanya program ini dengan jumlah insentif yang diberikan lebih banyak dari sebelumnya, cukup membantu meningkatnya kesejahteraan ekonomi Ibu Atik dan keluarga. Demikian yang diungkapkan ketika diwawancarai pada Februari 2020.

Selaras dengan Ibu Atik, Bapak Toha, seorang guru ngaji di wilayah Cimahi yang masih merintis pendirian Rumah Qur'an Bani Toha sejak tahun 2016 juga sangat senang dengan adanya program insentif guru ngaji. Beliau sangat mengapresiasi program pemerintah di bidang keagamaan khususnya agama Islam.

Beliau mengungkapkan bahwa perjuangannya dalam merintis Rumah Qur'an sangat terbantu karena selaras dengan visi dan misi kota Cimahi. Beliau juga mengungkapkan dengan adanya pemberian insentif kepada guru ngaji ini membuatnya lebih semangat merintis Rumah Qur'an. Beliau sangat senang karena pemberian insentif ini tidak hanya kepada guru ngaji yang memang sudah berkarir sejak dulu, tetapi beliau pun menerima meskipun bisa dikatakan sebagai guru ngaji yang baru di wilayah kota Cimahi.

Berdasarkan data pra wawancara pada bulan Januari 2020, selain untuk mengapresiasi dan meningkatkan kesejahteraan guru ngaji, dengan diberikannya insentif dapat memotivasi dan membangkitkan kembali semangat guru ngaji. Apabila semangat telah tumbuh, maka akan diikuti dengan proses mengajar yang baik dan menyenangkan. Ilmu-ilmu yang disampaikan oleh guru ngaji akan lebih mudah diserap oleh jama'ahnya.

Harapan lainnya yaitu guru ngaji dapat membantu pemerintah meramaikan kembali masjid dan tempat belajar mengaji lainnya. Salah satunya dengan cara membudayakan kembali membaca dan mengkaji isi kandungan Al-Qur'an di lingkungan masyarakat. Lebih lanjutnya pemerintah dan masyarakat Cimahi dapat mengamalkan isi kandungan Al-Qur'an secara bertahap dan berkelanjutan. Hal tersebut diimplementasikan ketika melaksanakan kegiatan sehari-hari, kegiatan pemerintahan, pembangunan dan kemasyarakatan tidak lepas dari nilai-nilai keagamaan khususnya agama Islam.

Program pemberian insentif guru ngaji ini termasuk ke dalam program kerja rutin tahunan yang dilaksanakan Disdik Cimahi. Setiap pendataan, penganggaran dana dan juga perencanaan program akan diperbaharui setiap satu tahun sekali. Pada tahun 2019 data guru ngaji yang tercatat di Disdik Cimahi sebanyak 2.660 orang. Jumlah guru ngaji ini akan berubah setiap tahunnya karena Disdik akan mengevaluasi keaktifan dari guru ngaji tersebut. Salah satu bentuk pemantauannya adalah dari laporan kegiatan belajar mengajar yang harus dikumpulkan oleh guru ngaji setiap tiga bulan satu kali.

Proses pendataan guru ngaji oleh Disdik Cimahi setiap tahunnya bekerjasama dengan pejabat setempat yaitu Kecamatan, Kelurahan dan Rukun Warga. Hal ini dilakukan agar program ini bisa tepat sasaran, karena pemerintah setempat dirasa lebih mengetahui warganya yang berhak menerima insentif. Adapun guru ngaji yang dapat menerima insentif di setiap wilayah rukun warga jumlahnya tidak sama. Banyaknya guru ngaji penerima insentif menyesuaikan dengan luas wilayah dan jumlah penduduk di wilayah rukun warga tersebut.

Penganggaran dana program pemberian insentif guru ngaji di setiap tahunnya menyesuaikan dengan kemampuan anggaran dana kota Cimahi. Berdasarkan data pra penelitian melalui *jabarekspress.com* pada Januari 2020, ketua Bapedda Cimahi mengungkapkan anggaran dana pada setiap program kerja pemerintah kota Cimahi akan terlebih dahulu menyesuaikan dengan kemampuan anggaran dana kota Cimahi. Anggaran dana pada program pemberian insentif guru ngaji tersebut selalu dimaksimalkan untuk diberikan kepada guru ngaji.

Aktivitas sosialisasi pada program pemberian insentif guru ngaji sangat dibutuhkan untuk memberikan informasi dan mempersuasi guru ngaji untuk mencapai tujuan-tujuan dari program tersebut. Kegiatan tersebut tentunya harus didahului dengan perencanaan dan pengorganisasian dengan baik agar dapat mencapai tujuan-tujuan yang diharapkan.

Program ini menarik untuk diteliti dari segi manajemen *public relations* dalam kegiatan sosialisasi kepada publik sarasannya, karena pada periode 2017-2022 dana yang dianggarkan pada program ini lebih banyak dari periode sebelumnya (2012-2017). Selain itu, berdasarkan data pra wawancara, pada tahun 2019 guru ngaji yang tercatat di Disdik Cimahi sebanyak 2.660 orang dan sebagian besarnya merupakan guru ngaji yang mengandalkan penghasilan hanya dari profesinya ini. Oleh karena itu, proses pengelolaan dan sosialisasi dari program ini menarik untuk diteliti.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan interpretif serta menggunakan metode deskriptif, untuk mengetahui manajemen *public relations* dalam mensosialisasikan program pemberian insentif guru ngaji oleh Disdik Cimahi. Kegiatan ini merupakan salah satu tugas Humas pemerintah yang harus bisa mengelola kegiatan komunikasi dengan baik menggunakan manajemen *public relations* dalam mensosialisasikan program kerja kepada masyarakat, agar dapat mencapai tujuan seperti yang diharapkan.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan hasil dari observasi dan wawancara pra penelitian yang telah disampaikan di dalam latar belakang penelitian, maka penelitian ini berfokus pada “manajemen *public relations* dalam mensosialisasikan program pemberian insentif guru ngaji oleh Dinas Pendidikan Kota Cimahi”.

Dari fokus penelitian di atas, diambil pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pencarian data (*fact finding*) sosialisasi program pemberian insentif guru ngaji oleh Dinas Pendidikan Kota Cimahi?
- 2) Bagaimana perencanaan sosialisasi program pemberian insentif guru ngaji oleh Dinas Pendidikan Kota Cimahi?
- 3) Bagaimana bertindak dan berkomunikasi dalam sosialisasi program pemberian insentif guru ngaji oleh Dinas Pendidikan Kota Cimahi?
- 4) Bagaimana evaluasi sosialisasi program pemberian insentif guru ngaji oleh Dinas Pendidikan Kota Cimahi?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sejalan dengan fokus penelitian dan pertanyaan penelitian, diantaranya:

- 1) Untuk mengetahui pencarian data (*fact finding*) sosialisasi program pemberian insentif guru ngaji oleh Dinas Pendidikan Kota Cimahi.
- 2) Untuk mengetahui perencanaan sosialisasi program pemberian insentif guru ngaji oleh Dinas Pendidikan Kota Cimahi.

- 3) Untuk mengetahui pelaksanaan sosialisasi program pemberian insentif guru ngaji oleh Dinas Pendidikan Kota Cimahi.
- 4) Untuk mengetahui evaluasi sosialisasi program pemberian insentif guru ngaji oleh Dinas Pendidikan Kota Cimahi.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan mampu menjadi tambahan referensi bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya *public relations*. Penelitian ini akan menggambarkan upaya yang dilakukan oleh Dinas Pendidikan kota Cimahi manajemen *public relations* dalam sosialisasi program pemberian insentif guru ngaji. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah sumbangsih dalam studi tentang kegiatan sosialisasi dengan konsep empat langkah *public relations* pada pendekatan interpretif

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan oleh Dinas Pendidikan Kota Cimahi dalam program Pemberian Insentif Guru Ngaji. Lebih jauhnya, penelitian ini diharapkan menjadi salah satu sumbangan pemikiran dan evaluasi agar berjalannya program pemberian insentif guru ngaji pada program pendidikan keagamaan di Kota Cimahi lebih baik lagi.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Telaah pustaka dalam penelitian ini diambil dari beberapa skripsi terdahulu dan jurnal yang memiliki pembahasan tentang *manajemen public relations* dalam sosialisasi, untuk lebih meyakinkan keorsinilan dari penelitian, maka sub-bab ini akan dibahas perbedaan dan persamaan didalam pembahasannya, berikut uraiannya:

Pertama, penelitian dalam bentuk skripsi oleh Fadlan Fauzian Noor pada tahun 2012 yang berjudul “Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Kualitas Komunikasi Vertikal di Rumah Sakit Mata Cicendo (RSMC) Bandung”. Penelitian ini fokus pada manajemen humas yang dilakukan oleh rumah sakit mata Cicendo dalam meningkatkan kualitas komunikasi vertikal.

Berdasarkan hasil penelitian, manajemen humas dinilai cukup efektif dalam membangun hubungan internal yang efektif dan menciptakan kondisi kerja yang kondusif. Pelaksanaan dilakukan dengan mengoptimalkan fungsi manajemen meliputi *planning*, *organizing*, *actuating* dan *controlling*. Keempat aspek manajemen tersebut berfungsi membangun komunikasi vertikal yang cukup baik. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek penelitiannya. Penelitian yang akan dilakukan mengenai manajemen *public relations* dalam mensosialisasikan program pemerintah.

Kedua, penelitian dalam bentuk skripsi yang ditulis oleh Azzam Habib Alfath yang berjudul “Manajemen Pembentukan Citra Perusahaan Melalui Kegiatan Kunjungan Industri Di PT. Pindad”. Penelitian ini berfokus pada manajemen pembentukan citra yang dilakukan oleh PT. Pindad melalui kegiatan kunjungan industri.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, humas PT Pindad menggunakan tahapan manajemen *public relations* untuk memberikan pelayanan terbaik pada kegiatan kunjungan industri. Kegiatan ini dilakukan tentunya dengan tujuan untuk meningkatkan citra positif PT. Pindad di publik eksternal. Tahapan manajemen dimulai dengan mencari alasan publik eksternal melaksanakan kunjungan ke PT. Pindad. Selanjutnya dilakukan perencanaan-perencanaan pelayanan kunjungan industri berdasarkan data yang telah didapatkan dari tahap pertama. Setelah pelaksanaan kegiatan tersebut kemudian dilakukan evaluasi.

Ketiga, penelitian dalam bentuk skripsi yang ditulis oleh Maryamah pada tahun 2019 dengan judul “Sosialisasi Program Kangpisman Oleh Bidang Humas Pemerintah Kota Bandung Dalam Upaya Bandung Bersih”. Program ini adalah salah satu cara dalam mewujudkan Bandung Bersih, dan merupakan program yang bekerjasama antara pemerintah, masyarakat dan pihak swasta dalam pengelolaan sampah. Kangpisman adalah kepanjangan dari Kurangi (Kang), Pisahkan (Pis) dan manfaatkan (Man) sampah.

Kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh Humas Kota Bandung dalam program Kangpisman dengan cara terjun langsung ke masyarakat, menggunakan media cetak seperti brosur, x-banner dan baligho, serta melalui media sosial instagram, twitter, facebook dan website. Pesan yang disampaikan dikemas dengan sangat menarik didukung dengan gambar/visual yang dibuat semenarik mungkin. Pembuatan logo Kangpisman juga merupakan salah satu cara dalam mensosialisasikan program ini kepada masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi program Kangpisman oleh Humas Kota Bandung sudah berjalan dengan baik, meskipun penerapan program Kangpisman ini masih belum merata. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu meneliti satu program pemerintah yang disosialisasikan langsung oleh Humas pemerintah Kota Bandung. Perbedaannya, penelitian yang akan dilakukan yaitu mengenai sosialisasi yang dilaksanakan oleh Dinas Pendidikan Kota Cimahi.

Keempat, penelitian dalam bentuk skripsi yang ditulis oleh M. Aziz pada tahun 2019 dengan judul “Sosialisasi Pelayanan Masyarakat PT. PLN Melalui PLN Mobile”. PLN Mobile adalah suatu aplikasi yang dapat memudahkan masyarakat untuk memeriksa tagihan listrik, riwayat token, permohonan pemasangan baru, perubahan daya hingga informasi pemeliharaan listrik.

Sosialisasi yang dilakukan oleh PT PLN dengan memanfaatkan kontak center yang dimiliki, meliputi website, email, media sosial, PLN Mobile, dan *call center*. Serta kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan dengan berkomunikasi langsung bersama masyarakat di sebuah *event-event* tertentu yang dilaksanakan dalam kerjasama dengan pihak lain. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian

yang akan dilakukan, yaitu mensosialisasikan program pelayanan masyarakat. Perbedaannya penelitian ini dilakukan oleh humas perusahaan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan di instansi pemerintah.

Kelima, penelitian dalam bentuk jurnal oleh Frizki Yulianti dan Adhianty Nurjanah pada tahun 2016 dengan judul “Peran Humas Pemerintahan Kota Yogyakarta dalam Sosialisasi Tagline ‘Jogja Istimewa’”. Penelitian ini berfokus pada sosialisasi yang dilakukan oleh Humas pemerintah Kota Yogyakarta yang dilakukan melalui media online dan media konvensional periklanan.

Dalam pelaksanaannya, sosialisasi yang dilakukan oleh Humas pemerintah kota Yogyakarta belum optimal. Hal ini disebabkan humas pemerintah kota Yogyakarta hanya berperan sebagai penyampai pesan dan bertugas mensosialisasikan tagline “Jogja Istimewa”. Sedangkan dalam proses perencanaan program dan pelaksanaannya yang lebih berperan penting adalah Bappeda DIY dan pemerintah Yogyakarta. Pada penelitian yang akan dilakukan, objek penelitian merupakan instansi yang berperan sebagai pemeran utama.

Berikut tabel hasil telaah pada penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan:

Tabel 1.
Penelitian Terdahulu

No	Nama/Tahun	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Relevansi
1.	Fadlan Fauzian/2012	Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Kualitas Komunikasi Vertikal di Rumah Sakit Mata Cicendo (RSMC) Bandung	Deskriptif	Manajemen Humas dalam meningkatkan kualitas komunikasi secara vertikal di Rumah Sakit Mata Cicendo (RSMC) Bandung dinilai cukup efektif. Dalam pelaksanaannya memang pola komunikasi dari atasan kepada bawahan dalam bentuk intruksi lebih mendominasi dibandingkan pola komunikasi dari bawahan kepada atasan.	Penelitian ini memberikan kontribusi pemikiran berupa manajemen <i>public relations</i> dalam membangun kualitas komunikasi
2.	Azzam Habib Alfath/2017	Manajemen Pembentukan Citra Perusahaan melalui Kegiatan Kunjungan Industri (Studi Kasus Kegiatan Kunjungan Industri yang Dilakukan oleh Humas PT. Pindad)	Studi Kasus	Dalam pembentukan citra melalui kunjungan industri ini menggunakan manajemen <i>public relations</i> . Humas PT. Pindad melakukan riset terlebih dahulu terhadap alasan publik eksternal melakukan kunjungan ke PT. Pindad. Setelah itu dibuat rencana pelayanan kunjungan industri berdasarkan	Penelitian ini memberikan kontribusi pemikiran berupa pentingnya manajemen <i>public relations</i> dalam kegiatan perusahaan.

				<p>data-data yang didapatkan. Dapat disimpulkan bahwa Humas PT. Pindad telah melaksanakan fungsi manajemen dengan cukup baik dan rapi, sehingga tujuan pelaksanaan kegiatan kunjungan industri tercapai.</p>	
3.	Maryamah/2019	<p>Sosialisasi Program “Kangpisman” Oleh Bidang Humas Pemerintah Kota Bandung dalam Upaya Bandung Bersih</p>	<p>Studi Kasus</p>	<p>Sosialisasi yang dilaksanakan oleh Humas Kota Bandung dalam program Kangpisman melalui media sosial, media cetak dan juga dengan terjun langsung ke masyarakat. Sosialisasi yang dilaksanakan sudah berjalan dengan baik, meskipun dalam pelaksanaan program Kangpisman ini masih belum merata di seluruh wilayah kota Bandung.</p>	<p>Penelitian ini memberikan kontribusi berupa pemikiran terkait kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh instansi pemerintah.</p>
4.	M. Azis/2019	<p>Sosialisasi Pelayanan Masyarakat PT. PLN Melalui PLN Mobile</p>	<p>Analisis Deskriptif</p>	<p>PT PLN telah berhasil melaksanakan kegiatan sosialisasi pelayanan masyarakat melalui PLN Mobile. Adapun media yang digunakan dalam sosialisasi ini adalah Website, Email, PLN</p>	<p>Penelitian ini memberikan kontribusi berupa pemikiran, tentang sosialisasi program</p>

				Mobile, media sosial dan <i>call center</i> .	pelayanan masyarakat.
5.	Frizki Yulianti dan Adhianty Nurjanah/2016	Peran Humas Pemerintahan Kota Yogyakarta dalam Sosialisasi Tagline “Jogja Istimewa”	Deskriptif	Sosialisasi <i>tagline</i> “Jogja Istimewa” yang dilaksanakan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta belum optimal. Hal ini disebabkan Humas DIY hanya berperan dalam mensosialisasikan saja tidak dilibatkan langsung dalam pelaksanaan dan perencanaan programnya. Karena yang lebih berperan dalam hal itu adalah Bappeda DIY dan Pemerintah DIY. Adapun sosialisasi dilakukan melalui media sosial dan media konvensional seperti periklanan.	Penelitian ini memberikan kontribusi berupa pemikiran terkait kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh humas pemerintah.
6.	Nisa Robiah/2020	Manajemen <i>Public Relations</i> dalam Sosialisasi Program Pemberian Insentif Guru Ngaji (Studi Deskriptif pada Program Pendidikan Keagamaan Dinas	Deskriptif	-	-

		Pendidikan Kota Cimahi)			
--	--	----------------------------	--	--	--

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

1.5.2 Landasan Teoritis

Berdasarkan data pra penelitian yang didapatkan, maka penelitian ini akan menggunakan konsep empat tahapan *public relations* yang digagas oleh Cutlip, Center dan Broom. Menurut Morissan (2014: 108) proses manajemen program kerja dalam *public relations* memiliki landasan yaitu empat tahapan atau langkah-langkah pokok yang harus dilaksanakan, tahapan tersebut antara lain mendefinisikan masalah melalui pengumpulan data dan fakta, perencanaan, bertindak dan berkomunikasi, dan yang terakhir adalah evaluasi.

Tahap pertama yakni pencarian data (*fact finding*) mencakup pencarian fakta, data atau informasi yang mendukung program kerja yang akan dilaksanakan. Menurut Saleh (pra penelitian pada Januari 2020), Disidk melakukan pengumpulan data mengenai program pemberian insentif guru ngaji, seperti data-data yang sebelumnya ada di bagian Kesra kota Cimahi. Data-data tersebut digunakan untuk bahan evaluasi ketika akan melakukan perencanaan pada program pemberian insentif guru ngaji yang akan dilakukan di tahun 2019. Data-data dan informasi lainnya juga dicari dan dikumpulkan seperti bagaimana kondisi pendidikan keagamaan yang sudah terlaksana di kota Cimahi, dan data-data lainnya.

Tahap yang kedua yakni perencanaan dan pengorganisasian program. Data dan fakta yang telah dikumpulkan pada langkah pertama, kemudian digunakan sebagai landasan untuk membuat suatu keputusan dan perencanaan tentang program kerja tersebut. Menurut Saleh (pra penelitian pada Januari 2020) setiap perencanaan program pemberian insentif guru ngaji ini dirancang dan diperbaharui setiap tahunnya, mulai dari mulai tahap pendataan awal sampai dengan pengevaluasian. Tahap perencanaan merupakan perumusan strategi-strategi yang akan digunakan untuk mensukseskan sosialisasi program, serta rangkaian kegiatan lainnya yang berkaitan dengan program pemberian insentif guru ngaji .

Tahap yang ketiga yakni pelaksanaan berupa tindakan dan komunikasi dalam program kerja sesuai dengan perencanaan yang sudah dirumuskan pada tahap kedua. Pada langkah ini seorang praktisi PR harus mampu mengkomunikasikan program kerja dengan baik kepada sasarannya sehingga sasarannya tersebut dapat mendukung pelaksanaan dari program kerja tersebut. Menurut Saleh (pra penelitian pada Januari 2020) tindakan komunikasi yang diambil berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan serta perencanaan yang telah dirumuskan.

Tahap terakhir dalam *four steps public relations* ini yakni tahap evaluasi. Penilaian atau evaluasi penting dilakukan agar hambatan-hambatan serta permasalahan-permasalahan yang muncul ketika pelaksanaan program dapat diatasi ketika program tersebut dilaksanakan kembali. Menurut Saleh (pra penelitian pada Januari 2020) salah satu bahan yang dijadikan penilaian atau evaluasi dari program pemberian insentif guru ngaji yaitu laporan-laporan yang dikumpulkan oleh guru ngaji. Program ini merupakan program yang dilaksanakan

secara rutin tahunan, sehingga proses evaluasi dilakukan setiap satu tahun sekali dan hasilnya akan dijadikan bahan perencanaan dalam pelaksanaan program di tahun berikutnya.

1.5.3 Kerangka Konseptual

1) Manajemen *Public Relations*

Manajemen *public relations* merupakan suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan serta pengevaluasian suatu kegiatan komunikasi yang dinaungi oleh suatu organisasi. Proses manajemen *public relations* ini diterapkan dalam jangka panjang maupun jangka pendek yang harus direncanakan dengan cermat sehingga memperoleh hasil yang sesuai dengan yang diinginkan.

Manajemen *public relations* dalam pemerintahan dapat diterapkan dalam pengelolaan suatu program. Program pemerintah erat kaitannya dengan kegiatan sosialisasi atau penyebaran informasi kepada masyarakatnya. Suatu program pemerintah tidak dapat teralisasi dengan baik apabila tidak disosialisasikan kepada masyarakatnya. Manajemen *public relations* dalam hal ini menjadi penting terutama dalam kegiatan pengkomunikasian program dalam bentuk sosialisasi sehingga dapat mencapai tujuan dan harapan yang diinginkan.

2) Sosialisasi

Sosialisasi merupakan proses interaksi sosial yang dilaksanakan dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan, nilai dan merubah sikap serta perilaku dalam

berpartisipasi di lingkungan masyarakat. Sosialisasi sangat penting bagi setiap orang karena manusia merupakan makhluk sosial yang di dalam kehidupannya pasti berdampingan dengan manusia lainnya.

Sosialisasi adalah suatu bentuk komunikasi yang dilakukan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya untuk memberikan pengetahuan dan merubah sikap sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini sesuai dengan peran seorang *public relations* komunikator atau fasilitator komunikasi. Seorang Humas / *public relations* harus mampu menyampaikan tujuan-tujuan organisasi kepada publiknya, juga sebaliknya, mendengarkan yang ingin disampaikan publik terhadap organisasinya kemudian menyampaikannya kepada organisasi tersebut.

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Dinas Pendidikan Kota Cimahi bertempat di Jalan Raden Demang Hardjakusumah Kota Cimahi. Lokasi ini dipilih karena merupakan pihak yang berperan penting dalam pelaksanaan program pemberian insentif guru ngaji pada program pemberian insentif guru ngaji di kota Cimahi. Data yang dicari dan dibutuhkan berupa data kualitatif dalam penelitian ada di lokasi ini.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

1.6.2.1 Paradigma

Paradigma menurut Bajari (2015: 8) akan menempatkan seorang peneliti pada posisi sudut pandang yang diambil, cara berfikir yang digunakan, hingga cara melakukan suatu hubungan dengan pemilihan paradigma itu sendiri. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, sesuai dengan latar belakang dan tujuan penelitian yang sudah dipaparkan sebelumnya. Paradigma konstruktivis memandang fenomena yang ada merupakan hasil konstruksi oleh individu atas realita yang ada, sehingga nilai dalam penelitian dengan paradigma konstruktivis bersifat relatif dan tidak dapat digeneralisasi.

Fenomena yang terjadi saat ini yaitu kurang diperhatikannya kesejahteraan guru ngaji. Hal ini yang mendorong Pemerintah Kota Cimahi untuk membuat suatu program sebagai bentuk perhatian terhadap guru ngaji yaitu Program Pemberian Insentif Guru Ngaji. Program ini kemudian disosialisasikan oleh Pemerintah Kota Cimahi melalui Dinas Pendidikan Kota Cimahi. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis karena ingin mengetahui bagaimana manajemen *public relations* yang dilakukan oleh Disdik Cimahi dalam mensosialisasikan program tersebut.

1.6.2.2 Pendekatan

Pendekatan interpretif merupakan pendekatan yang dapat dilakukan oleh peneliti untuk mencari suatu makna dari yang sedang ditelitinya. Pendekatan interpretif melihat fakta sebagai sesuatu yang unik dan memiliki konteks serta makna yang khusus. Interpretif juga melihat fakta sebagai sesuatu hal yang melekat

pada sistem makna. Fakta merupakan tindakan yang spesifik dan konstektual serta bergantung pada pemaknaan sebagian orang dalam situasi sosial. Satu perilaku atau pernyataan dapat memiliki makna yang banyak dan dapat diinterpretasikan dengan berbagai cara. Nilai-nilai dalam penelitian dengan pendekatan interpretif bersifat dinamis, berproses dan penuh dengan makna subjektif.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan interpretif sesuai dengan latar belakang dan paradigma yang digunakan. Peneliti dalam penelitian ini menginterpretasikan dan melaporkan data-data penelitian yang didapatkan dari lapangan. Data-data tersebut berupa hasil wawancara dengan informan juga data-data pendukung lainnya yang masih berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode deskriptif menurut Sukmadinata (2006: 5) merupakan metode yang berusaha menjelaskan suatu fenomena yang sedang diteliti. Pusat perhatian pada penelitian dengan metode deskriptif yakni fenomena atau masalah-masalah aktual yang terjadi ketika penelitian sedang berlangsung.

Metode yang akan digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif digunakan karena dalam penelitian ini peneliti melaporkan dan memberikan gambaran tentang manajemen *public relations* yang dilakukan oleh Dinas Pendidikan Kota Cimahi dalam mensosialisasikan program pemberian insentif guru ngaji.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kualitatif. Data-data tersebut untuk memenuhi kebutuhan penelitian. adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Data dari Dinas Pendidikan Cimahi tentang data awal atau latar belakang sosialisasi program pemberian insentif guru ngaji.
2. Data dari Dinas Pendidikan Cimahi tentang perencanaan sosialisasi program pemberian insentif guru ngaji.
3. Data dari Dinas Pendidikan Cimahi tentang pelaksanaan dalam bentuk tindakan dan komunikasi sosialisasi program pemberian insentif guru ngaji.
4. Data dari Dinas Pendidikan Cimahi tentang evaluasi sosialisasi program pemberian insentif guru ngaji.

1.6.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sekunder, sebagai berikut:

1. Sumber data primer, dari semua pihak yang berada di Seksi Pendidikan Masyarakat Dinas Pendidikan Cimahi sebagai penanggung jawab program pemberian insentif guru ngaji, dan pihak-pihak terkait lainnya.
2. Sumber data sekunder, dari beberapa bentuk dokumen resmi, literatur yang didapat dari Dinas Pendidikan Cimahi dan pihak-pihak terkait seperti buku yang diterbitkan di internal instansi, arsip, sumber dari *website* resmi Disdik

Cimahi dan sumber lainnya yang dapat digunakan sebagai sumber data sekunder.

1.6.5 Penentuan Informan

Peneliti menentukan kriteria informan dengan berbagai pertimbangan yang disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Adapun kriteria informannya sebagai berikut:

1. Informan merupakan orang yang bertanggung jawab dalam program pemberian insentif guru ngaji, yakni Kepala Seksi Pendidikan Masyarakat, Dinas Pendidikan Kota Cimahi.
2. Informan merupakan orang yang membantu dalam program pemberian insentif guru ngaji, yakni staf dari Seksi Pendidikan Masyarakat Dinas Pendidikan Kota Cimahi.
3. Informan dapat menjawab setiap pertanyaan mengenai Program Pendidikan Keagamaan mulai dari tahap *fact finding*, perencanaan, bertindak dan berkomunikasi hingga evaluasi.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam. Wawancara mendalam dilakukan dengan menemui informan secara tatap muka dan melalui daring dikarenakan kondisi COVID-19, untuk mendapatkan informasi dan data lengkap yang mendalam. Informan akan diberikan pertanyaan-

pertanyaan terkait dengan penelitian ini, namun peneliti tidak akan terfokus pada panduan wawancara yang telah disusun. Pertanyaan di luar dari panduan wawancara akan diajukan jika dirasa perlu dan bersifat mendalam. Hal ini dilakukan agar informasi yang didapatkan bersifat konkret dan mendalam.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan yakni model Miles dan Huberman. Model ini menurut Sugiyono (2017: 88) terdapat tiga tahapan analisis, yaitu reduksi data (*Data Reduction*), penyajian data (*Data Display*) dan verifikasi kesimpulan (*Conclusion Drawing / Verification*).

Tahap reduksi data (*data reduction*), pada tahap ini data yang didapatkan dari lapangan dituangkan dalam bentuk tulisan laporan yang rinci. Kemudian data-data tersebut kemudian dikelompokkan sesuai dengan fokus datanya. Setelah itu dipilah dan dipilih data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian, dipisahkan dari data-data lainnya yang belum atau tidak diperlukan dalam penelitian.

Data-data yang sudah direduksi sebelumnya kemudian dibuatkan uraian singkat atau rangkumannya. Data juga dapat digambarkan dalam suatu bagan, kemudian dilakukan analisis terhadap hubungan-hubungan kategori yang ada dalam penelitian dan lain sebagainya. Hal ini akan memudahkan proses pengolahan data ketika akan menarik kesimpulan.

Tahap terakhir yakni penarikan kesimpulan (*concluding drawing/ verification*), data yang sudah direduksi berdasarkan temanya kemudian dipisahkan sesuai dengan kebutuhan penelitian lalu disajikan dalam bentuk rangkuman atau bagan.

Data-data tersebut selanjutnya diambil kesimpulannya. Kesimpulan ini merupakan jawaban dari setiap pertanyaan yang sudah dituliskan sebelumnya di dalam pertanyaan penelitian.



1.6.8 Jadwal Penelitian

Tabel 2.
Jadwal Penelitian

N O	Daftar Kegiatan	Des 2019	Jan 2020	Feb 2020	Mar 2020	Apr 2020	Mei 2020	Jun 2020	Jul 2020	Agt 2020
1. Tahap Pertama: Penyusunan Proposal Penelitian										
	Pengumpulan Data Pra Penelitian									
	Penyusunan Proposal Penelitian									
	Bimbingan Proposal Penelitian									
	Revisi Proposal Penelitian									
2. Tahap Kedua: Seminar Usulan Proposal Penelitian										
	Seminar Usulan Proposal Penelitian (SUPS)									
	Revisi Usulan Proposal Penelitian									
3. Tahap Ketiga: Pelaksanaan Penelitian Dan Penyusunan Skripsi										
	Bimbingan Skripsi									
	Pelaksanaan Penelitian									
	Pengolahan Data Dan Analisis									

