

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) Jawa Barat membentuk citra positif dengan melakukan gerakan aksi peduli lingkungan hidup, yakni melakukan penanaman pohon produktif di lahan masyarakat sekitar Waduk Jatidgede tepatnya di Desa Trunajaya Kecamatan Darmaraja Kabupaten Sumedang pada tanggal 29 Desember 2019.

ICMI merupakan sebuah organisasi cendekiawan muslim di Indonesia yang dibentuk pada tanggal 7 Desember 1990 di dalam pertemuan kaum cendekiawan muslim di Kota Malang pada tanggal 6-8 Desember 1990, dan saat itu dipilih Baharuddin Jusuf Habibie sebagai ketua ICMI untuk pertama kalinya, dan saat ini ketua ICMI ialah Prof. Dr. Jimly Asshiddiqie, S.H pada periode 2015-2020.

ICMI Jawa Barat merupakan organisasi nirlaba yang bergerak pada bidang keislaman, yang merupakan bagian induk dari ICMI Pusat. Program ICMI Jawa Barat diantaranya ialah peningkatan kualitas system, proses ekonomi, politik, hukum dan sosial. ICMI Jawa Barat memiliki program yang rutin dilakukan diantaranya ialah ICMI Jawa Barat Peduli Lingkungan Hidup dan Kerusakan Alam.

Program ICMI Jawa Barat Peduli Lingkungan Hidup dan Kerusakan Alam rutin dilakukan karena banyak masalah-masalah lingkungan hidup seperti kerusakan alam dan berbagai bencana nasional yang menarik perhatian ICMI

Jawa Barat, salah satunya dalam waktu dekat ini ialah gerakan aksi peduli lingkungan hidup di Waduk Jatigede dengan gerakan menanam 300 pohon.

Ketua ICMI Jawa Barat Moh. Najib mengatakan bahwa aksi menanam pohon merupakan bentuk peduli lingkungan dengan cara menanam pohon di lahan yang telah ditentukan, dengan tujuan melestarikan alam juga sebagai bentuk pencegahan terhadap terjadinya bencana longsor dan banjir. Bentuk program ini merupakan kegiatan yang positif, kegiatan ini pun membangun rasa peduli masyarakat sekitar terhadap lingkungan, juga membantu perekonomian masyarakat sekitar karena pohon yang ditanam merupakan pohon yang dapat dipetik hasilnya dengan program ini secara tidak langsung program ini dapat membantu ICMI Jawa Barat dalam membangun citra positif.

Menurut data penelitian dari *public relations* ICMI Jawa Barat Rajaminsah mengatakan bahwa seperti yang diketahui bahwa Waduk Jatigede sempat mengalami kekeringan sehingga warga sekitar ada yang kesulitan mendapat air, sehingga ICMI Jawa Barat bekerja sama dengan ICMI Orda Sumedang, Majelis Cendekiawan Keraton Nusantara (MCKN) Jawa Barat dan warga sekitar untuk menanam 300 pohon sebagai bentuk peduli terhadap lingkungan.

Wakil Sekretaris ICMI Jawa Barat Marnawi mengatakan selain penanaman pohon ICMI Jawa Barat juga mengadakan sosialisasi dan edukasi mengenai pentingnya lingkungan hidup kepada warga sekitar, agar warga sekitar dapat peduli terhadap lingkungannya, ICMI Jawa Barat selain memberi bantuan mengenai lingkungan juga memberi perlindungan hukum bagi masyarakat yang terdampak.

Menurut data pra penelitian ICMI Jawa Barat meluncurkan gerakan aksi peduli lingkungan hidup di sekitar Waduk Jatigede Sumedang ICMI-MCKN Tanami Lahan Kosong Jatigede, ICMI Jawa Barat bekerja sama dengan Majelis Cendekiawan Keraton Nusantara (MCKN) Jawa Barat, memilih Waduk Jatigede untuk penanaman pohon, ICMI Jawa Barat menanam 300 pohon buah-buahan (Sumedangekspres.com, 30 Desember 2019)

Proses membentuk citra positif dengan meluncurkan program ini sangat membutuhkan peran bidang kehumasan dalam melakukan kegiatan ini yang dapat mendukung program secara maksimal. Perencanaan yang strategis menjadi proses yang dilakukan oleh ICMI Jawa Barat untuk menentukan strategi dan arahan untuk menempatkan sumber dan sumber daya manusia yang diperlukan. Perencanaan strategis dapat juga diartikan sebagai alat manajemen yang digunakan dalam mengelola kondisi saat ini untuk kondisi yang akan datang.

Ketua ICMI Jawa Barat Moh. Najib mengungkapkan alasan mengapa ICMI Jawa Barat memilih Waduk Jatigede, dikarenakan proyek pembuatan Waduk Jatigede telah menghilangkan banyak pohon yang ada dan dampak yang terjadi ialah pemanasan suhu udara dan berkurangnya kelestarian alam sehingga ICMI Jawa Barat berharap program ini dapat memperbaiki kelestarian alam tersebut.

Fenomena mengenai membentuk citra positif dapat menjadi acuan dalam membentuk citra tidak bisa dipandang oleh sebelah mata. Organisasi bila tidak berupaya membangun citra positif maka tidak akan dapat bertahan lama, atau dalam arti lain tidak dapat bersaing yang akan menghambat perkembangan

organisasi tersebut. Membentuk citra menjadi hal yang sangat penting bagi berkembangnya suatu organisasi.

Organisasi merupakan suatu wadah untuk berkumpulnya sekelompok orang yang melakukan kerjasama dengan sistematis dan rasional juga terkendali untuk mencapai tujuan yang sama dengan sumber daya yang telah disiapkan. Organisasi yang memiliki citra yang positif akan lebih mudah berkembang dan dapat bersaing secara *professional* dengan organisasi lainnya.

Citra positif yang didapat dari masyarakat yaitu dapat dilihat dengan adanya kepercayaan yang timbul dari masyarakat kepada organisasi tersebut, maka organisasi dapat memberikan hal positif yang dibutuhkan masyarakat juga bisa untuk selalu menjaga kepercayaan yang sudah masyarakat berikan.

Citra juga merupakan kesan atau perasaan yang masyarakat berikan dan sengaja diciptakan oleh suatu organisasi. Citra menjadi hal pertama yang dilihat oleh masyarakat terhadap suatu organisasi. Citra sebuah organisasi dikelola oleh bidang ke humasan atau biasa dikenal dengan *Public Relations Officer* pada divisi *Public Relations*.

Mujianto, (2018, dalam Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian, Vol. 4 No. 1, Halaman 88-89) mengatakan bahwa *Public Relations* berperan untuk memberi informasi supaya mampu dan dapat di terima juga dipahami oleh publik dengan tepat dan juga akurat. Informasi yang disampaikan dengan tepat mampu menciptakan citra positif untuk perusahaan. *Public Relations* memiliki peran penting untuk menciptakan ketertarikan publik menggunakan cara dengan

menarik simpati dengan menggunakan strategi *Public Relations* dengan efektif untuk menciptakan rasa simpati publik kepada perusahaan.

Bidang kehumasan berperan dalam membangun dan mempertahankan reputasi, citra dan komunikasi yang baik juga bermanfaat untuk menjembatani organisasi dengan publiknya. Keberhasilan dan kegagalan suatu organisasi dalam membangun citra sangat berpengaruh dari kegiatan yang dilakukan praktisi *public relations* tersebut.

Praktisi *public relations* juga berperan dalam menjembatani komunikasi antara organisasi dengan masyarakat, serta menyediakan informasi organisasi yang dibutuhkan masyarakat. Layanan informasi dikatakan sebagai wajah dalam organisasi, jika pelayanan informasi baik maka baik juga kesan yang didapat oleh masyarakat.

Praktisi *public relations* juga memiliki peran untuk mengevaluasi opini-opini dari masyarakat kepada organisasi tersebut, juga menggunakan komunikasi menjadi media untuk menyampaikan informasi sesuai dengan fakta yang ada, yang disampaikan dengan baik supaya dapat mmeberi arah kepada opini yang dituju.

Praktisi *public relations* di dalam sebuah organisasi mempunyai peran yang sangat penting dalam membangun citra organisasi, humas menjadi salah satu hal yang harus di prioritaskan dalam sebuah organisasi, Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis mengambil judul “Strategi ICMI Jawa Barat Dalam Membentuk Citra Positif (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Program Gerakan Aksi Pelestarian Lingkungan Hidup di Waduk Jatigede).”

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini difokuskan kepada bagaimana program Gerakan Aksi Pelestarian Lingkungan Hidup di Waduk Jatigede dapat membangun citra positif ICMI Jawa Barat melalui tahapan-tahapan yang dilakukan fungsi humas dalam program ini.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana riset yang dilakukan ICMI Jawa Barat dalam memilih Waduk Jatigede pada program Gerakan Aksi Pelestarian Lingkungan Hidup di Waduk Jatigede?
2. Bagaimana kegiatan komunikasi persuasif yang dilakukan ICMI Jawa Barat pada program Gerakan Aksi Pelestarian Lingkungan Hidup di Waduk Jatigede?
3. Media apa sajakah yang digunakan oleh ICMI Jawa Barat pada program Gerakan Aksi Pelestarian Lingkungan Hidup di Waduk Jatigede?
4. Bagaimana Kegiatan evaluasi yang dilakukan ICMI Jawa Barat pasca terlaksananya program Gerakan Aksi Pelestarian Lingkungan Hidup di Waduk Jatigede?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui riset yang dilakukan ICMI Jawa Barat dalam memilih Waduk Jatigede pada program Gerakan Aksi Pelestarian Lingkungan Hidup di Waduk Jatigede.
2. Untuk mengetahui kegiatan komunikasi persuasif yang dilakukan ICMI Jawa Barat pada program Gerakan Aksi Pelestarian Lingkungan Hidup di Waduk Jatigede.
3. Untuk mengetahui media yang digunakan oleh ICMI Jawa Barat pada program Gerakan Aksi Pelestarian Lingkungan Hidup di Waduk Jatigede.
4. Untuk mengetahui Kegiatan evaluasi yang dilakukan ICMI Jawa Barat pasca terlaksananya program Gerakan Aksi Pelestarian Lingkungan Hidup di Waduk Jatigede.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Secara Akademis

Secara akademis diharapkan mampu memberi kontribusi penelitian ilmiah terhadap perkembangan ilmu *public relations* khususnya dalam kajian strategi dalam membangun citra positif berlandaskan metode studi deskriptif yang memberi gambaran strategi dalam membangun citra positif melalui program gerakan aksi pelestarian lingkungan hidup.



1.5.2 Secara Praktis

Secara praktis diharapkan mampu memberi masukan dan referensi dan dijadikan salah satu sumber penelitian mengenai strategi dalam membangun citra positif melalui program gerakan aksi pelestarian lingkungan hidup, dan menjadi salah satu bahan rujukan untuk program yang selanjutnya.

1.6 Landasan Pemikiran

1.6.1 Hasil Penelitian Sebelumnya

Hasil penelitian sebelumnya menjadi acuan di dalam melakukan penelitian ini agar dapat memperbanyak teori untuk mengkaji penelitian yang akan dilakukan, didalam penelitian terdahulu tidak menemui judul penelitian untuk lokus yang sama, namun terdapat beberapa penelitian untuk dijadikan referensi untuk memperkaya bahan kajian, berikut merupakan beberapa hasil penelitian sebelumnya pada skripsi dan jurnal yang terkait:

Penelitian pertama Aflaha Rara Wurinta dengan judul “Peran *Public Relations* Dalam Membentuk Citra Positif Di SMAIT Bina Umat Yogyakarta” penelitian ini berisi bagaimana *public relations* SMAIT Bina Umat Yogyakarta dalam membentuk citra positif, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam membentuk citra positif *public relations* melakukan komunikasi internal dan eksternal dengan baik, dan mempunyai beberapa program kerja untuk membantu membentuk citra positif SMAIT Bina Umat Yogyakarta. Rara Wurinta (2016) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian kedua Retno Sistriyani dengan judul “Peran Humas Dalam Membangun Citra Di MTS Negeri 1 Kota Tangerang Selatan” penelitian ini membahas mengenai bagaimana upaya humas MTS Negeri 1 Kota Tangerang Selatan dalam membentuk citra positif, dengan upaya meningkatkan kinerja MTS Negeri 1 Kota Tangerang Selatan. Retno Sistriyani (2017) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Penelitian ketiga Haryadi Mujianto dengan judul “Peran Strategi *Public Relation* Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada Hotel Grand Kopo Bandung)” penelitian ini menjelaskan bagaimana strategi *public relations* Hotel Grand Kopo Bandung dalam membentuk citranya, dengan kesimpulan hasil penelitian bahwa strategi yang dilakukan sangat berpengaruh signifikan terhadap citra Hotel Grand Kopo Bandung. Hardi Mujianto (2019) Universitas Garut.

Penelitian keempat Kurnia Setiyo Rini, Sugeng Rusmiwari, Herru Prasetya Widodo dengan judul “Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuwana Tungadewi” dengan menggunakan teori Humas *Resources* hasil penelitian yang diambil yakni bahwa peran humas dalam suatu instansi sangat penting, baik atau tidaknya seorang humas dapat mempengaruhi opini publik bagi lembaga/perusahaan tersebut. Kurnia Setiyo Rini, Sugeng Rusmiwari, Herru Prasetya Widodo (2017) Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol. 6 No. 1.

Penelitian kelima MD. Rahadhini dengan judul “Peran *Public Relations* Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Program *Corporate Social Responsibility*” dengan hasil penelitian bahwa *Corporate Social Responsibility* pada kenyataannya tidak dipraktikkan oleh semua perusahaan, ada yang berhasil

memberikan materi kepada masyarakat namun diruang publik nama perusahaan gagal dalam menarik simpati orang, hal ini terjadi karena *Corporate Social Responsibility* dilakukan secara latah dan tidak di dukung dengan konsep yang mumpuni. MD. Rahadhini (2010) Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 10 No. 1.



Tabel 1.1
Hasil Penelitian Sebelumnya

NO	PENELITI	JUDUL	METODE DAN TEORI	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN	PERSAMAAN
1	Aflaha Rara Wurinta (2016) Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	Peran <i>Public Relations</i> Dalam Membentuk Citra Positif Di SMAIT Bina Umat Yogyakarta	Metode: Deskriptif Kualitatif Teori: <i>Public Relations</i> , citra, peran <i>Public Relations</i> .	<i>Public Relations</i> melakukan komunikasi internal dan eksternal dengan baik, dan mempunyai beberapa program kerja untuk membantu membentuk citra positif SMAIT Bina Umat Yogyakarta.	Terletak pada lokus penelitian, juga terdapat pada teori dimana peneliti membahas fungsi humas, dan komunikasi lingkungan.	Persamaan terletak pada beberapa penggunaan teori humas dalam membentuk citra positif dan metode penelitian.

2	<p>Retno Sistriyani (2017)</p> <p>Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta</p>	<p>Peran Humas Dalam Membangun Citra Di MTS Negeri 1 Kota Tangerang Selatan</p>	<p>Metode: Deskriptif Kualitatif</p> <p>Teori: Pengertian citra, jenis citra, citra positif dan negatif, strategi membangun citra.</p>	<p>Upaya yang dilakukan Humas untuk membangun citra adalah dengan meningkatkan kinerjanya.</p>	<p>Terletak pada lokus penelitian, juga terdapat pada teori dimana peneliti membahas fungsi humas, dan komunikasi lingkungan, juga terdapat pada strategi dimana peneliti tidak menggunakan teori tersebut.</p>	<p>Persamaan terletak pada beberapa penggunaan teori humas dalam membentuk citra positif dan metode penelitian, juga persamaan terletak pada tujuan humas untuk membangun citra positif.</p>
---	--	---	--	--	---	--

3	<p>Haryadi Mujiyanto (2019)</p> <p>Skripsi, Universitas Garut</p>	<p>Peran Strategi <i>Public Relation</i> Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada Hotel Grand Kopo Bandung)</p>	<p>Metode: Deskriptif Kualitatif</p> <p>Teori: Citra, peran <i>Public Relations</i>, strategi <i>Public Relations</i>.</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi public relations berpengaruh signifikan terhadap citra hotel Grand Kopo Bandung.</p>	<p>Perbedaan terletak pada lokus dan juga judul dimana dalam penelitian ini terdapat fokus penelitian terhadap “strategi” sedangkan penulis tidak.</p>	<p>Persamaan terletak pada beberapa teori dan pembahasan mengenai citra positif.</p>
---	---	--	--	--	--	--

4	<p>Kurnia Setiyo Rini, Sugeng Rusmiwari, Herru Prasetya Widodo (2017)</p> <p>Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol. 6 No. 1</p>	<p>Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuwana Tungadewi</p>	<p>Metode: Deskriptif Kualitatif</p> <p>Teori: Peran Humas, <i>Humas Resources</i>, Citra.</p>	<p>Peran humas dalam suatu instansi sangat penting, baik atau tidaknya seorang humas dapat mempengaruhi opini publik bagi lembaga/perusahaan tersebut.</p>	<p>Perbedaan terdapat pada lokus, dan fokus penelitian dimana dalam penelitian ini fokus kepada cara meningkatkan citra sedangkan peneliti adalah cara membangun citra dimana membangun dan meningkatkan memiliki perbedaan, juga terdapat pada dimana peneliti membahas mengenai fungsi humas, sedangkan jurnal ini membahas mengenai peran humas.</p>	<p>Persamaan terdapat pada metode penelitian dan beberapa teori citra yang digunakan, juga terdapat perbedaan pada lokus penelitian, dimana peneliti meneliti di suatu organisasi, sedangkan dalam penelitian ini lokusnya ialah sebuah lembaga pendidikan.</p>
---	---	--	--	--	---	---

5	<p>MD. Rahadhini (2010)</p> <p>Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 10 No. 1</p>	<p>Peran <i>Public Relations</i> Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Program <i>Corporate Social Responsibility</i></p>	<p>Metode: Deskriptif Kualitatif</p> <p>Teori: <i>Corporate Social Responsibility, Public Relations</i>, citra perusahaan.</p>	<p><i>Corporate Social Responsibility</i> pada kenyataannya tidak dipraktikkan oleh semua perusahaan, ada yang berhasil memberika materi kepada masyarakat namun diruang publik nama perusahaan gagal dalam menarik simpati orang, hal ini terjadi karena <i>Corporate Social Responsibility</i> dilakukan secara latah dan tidak di dukung dengan konsep yang mumpuni.</p>	<p>Perbedaan terdapat pada fokus penelitian, dimana dalam jurnal ini fokus penelitiannya yakni <i>Corporate Social Responsibility</i>, dan tidak terdapatnya lokus dalam penelitian ini.</p>	<p>Persamaannya terdapat pada pembahasan mengenai peran <i>Public Relations</i> dalam membangun citra melalui sebuah program yang diselenggarakan.</p>
---	---	--	--	---	--	--

1.6.2 Landasan Teoritis

Teori Citra menurut Philip Kotler mengatakan citra merupakan suatu keyakinan ide, dan kesan seseorang kepada suatu objek tertentu. Sikap dan perilaku seseorang kepada objek tertentu ditentukan dengan citra objek tersebut yang telah dibangunnya. Soleh Sumirat dan Elvinato Ardianto mengatakan citra merupakan bagaimana pihak lain memberi pandangan kepada sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau aktifitas.

Ardianto (2016: 62) mengungkapkan bahwa citra ialah *image: the impression, the feeling, the conception which the public has of a company; a consciously created impression of an object, person or organization* (Citra ialah perasaan, suatu gambaran diri publik kepada perusahaan, organisasi ataupun lembaga; kesan yang secara sengaja diciptakan dari sebuah objek, orang ataupun organisasi).

Citra berkaitan erat akan suatu penilaian, tanggapan, opini, kepercayaan publik, asosiasi kepada suatu pelayanan, nama perusahaan dan merek produk barang ataupun jasa. Citra terbagi ke dalam dua yakni positif dan negatif. Citra positif dengan sengaja dibangun dan di pertahankan oleh suatu organisasi karena citra merupakan asset terpenting, dengan adanya citra maka dapat menambah pengetahuan dan melihat suatu organisasi tersebut, juga dapat meningkatkan rasa kepercayaan publik terhadap organisasi tersebut.

Sutojo (2004: 42) mengungkapkan ada 3 jenis citra yang dapat ditonjolkan oleh suatu organisasi yakni diantaranya citra eksklusif, citra inovatif dan citra

murah meriah. Keberhasilan suatu organisasi dalam membangun citra dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni diantaranya yaitu dibangun berdasarkan orientasi akan manfaat yang dibutuhkan dan diinguinkan, manfaat yang ditunjukkan harus realistis, citra yang ditunjukkan sesuai dengan kemampuan, citra yang ditunjukkan mudah dimengerti dan dipahami, serta citra yang ditunjukkan menjadi sarana bukan suatu tujuan usaha.

1.6.3 Kerangka Konseptual

1.6.3.1 Aksi Pelestarian Lingkungan (Komunikasi Lingkungan)

Aksi pelestarian lingkungan identik dengan aksi simbolik, seperti penanaman pohon, pembudidayaan tanaman dan sebagainya. Definisi komunikasi lingkungan menurut Kenneth Burke (1966) mengatakan bahwa bahasa yang sangat tidak emosional juga mengandung kata-kata yang persuasive, ini disebabkan karena bahasa dan aksi yang dilakukan memiliki pengaruh yang banyak, definisi yang jelas akan berpengaruh pada langkah yang akan dilakukan.

Pandangan komunikasi sebagai salah satu aksi simbolik dikemukakan oleh Claude Shannon dan Warren Weaver (1948) atau yang dikenal dengan model komunikasi Shannon Weaver yang mengemukakan bahwa komunikasi adalah suatu proses yang terjadi karena adanya transmisi informasi dari sumber ke penerima pesan.

Komunikasi antara manusia dengan lingkungan disebut dengan komunikasi lingkungan, yang merupakan salah satu cabang dari ilmu

komunikasi. Komunikasi lingkungan yakni proses komunikasi yang mendukung suatu kebijakan yang dalam prosesnya penggunaan media dilakukan dengan sistematis dan strategis untuk membuat masyarakat ikut berpartisipasi dan dalam pelaksanaan komunikasi ini diarahkan kepada pelestarian lingkungan.

Komunikasi lingkungan merupakan upaya meningkatkan peran ilmu komunikasi dalam pelestarian lingkungan, yang bertujuan untuk menyadarkan masyarakat untuk menjaga lingkungan melalui saluran komunikasi. Oepen *and* Hamacher (1999) mengatakan komunikasi lingkungan merupakan proses komunikasi secara terencana juga strategis yang digunakan produk media untuk pembuatan kebijakan yang efektif, partisipasi masyarakat dan pelaksanaan proyek yang diarahkan kepada pelestarian lingkungan.

1.6.3.2 Strategi

Strategi merupakan sebuah pendekatan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan serta eksekusi dalam sebuah aktivitas dalam jangka waktu tertentu. Strategi yang baik terdapat pada sebuah koordinasi dalam tim kerja, memiliki tema serta melakukan identifikasi factor pendukung yang rasional, efisien serta mencapai sebuah tujuan secara efektif dan efisien.

Strategi merupakan bentuk suatu perencanaan mengintegrasikan suatu pokok tujuan, kebijakan serta rangkaian kegiatan operasional suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang tidak bisa terpisahkan. Strategi yang disusun

dengan sebaik mungkin akan memberi pengaruh yang besar pada penyusunan serta pengalokasian sumber daya dalam sebuah organisasi untuk menjadi bentuk yang kuat dan dapat bertahan, strategi yang baik penyusunannya atas kemampuan dalam organisasi dan kelemahan organisasi, peka terhadap perubahan lingkungan serta pada pergerakan musuh (Quinn, 1999: 10).

Effendy (2007: 3) mengatakan bahwa strategi merupakan sebuah perencanaan dan sebuah manajemen untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi berupaya untuk menunjukkan bagaimana taktik, cara atau rencana dalam menjalankan kegiatan yang akan dilakukan. Strategi yang baik dalam praktik kerja *Public Relations* menjadikan kegiatan terkontrol dengan baik, juga matang dan tidak monoton. Sasaran akan memberikan *feedback* yang baik sehingga berdampak baik pula bagi pihak organisasi, perusahaan atau lembaga.

1.6.3.3 Teori Citra (6 Pokok Kerja *Public Relations*)

Organisasi membutuhkan citra untuk mendapat dukungan dari publiknya. Kegiatan yang dilakukan *public relations* berorientasi pada pembentukan suatu citra. Langkah-langkah *public relations* harus mengacu pada 6 (enam) pokok rencana kerja *public relations*.

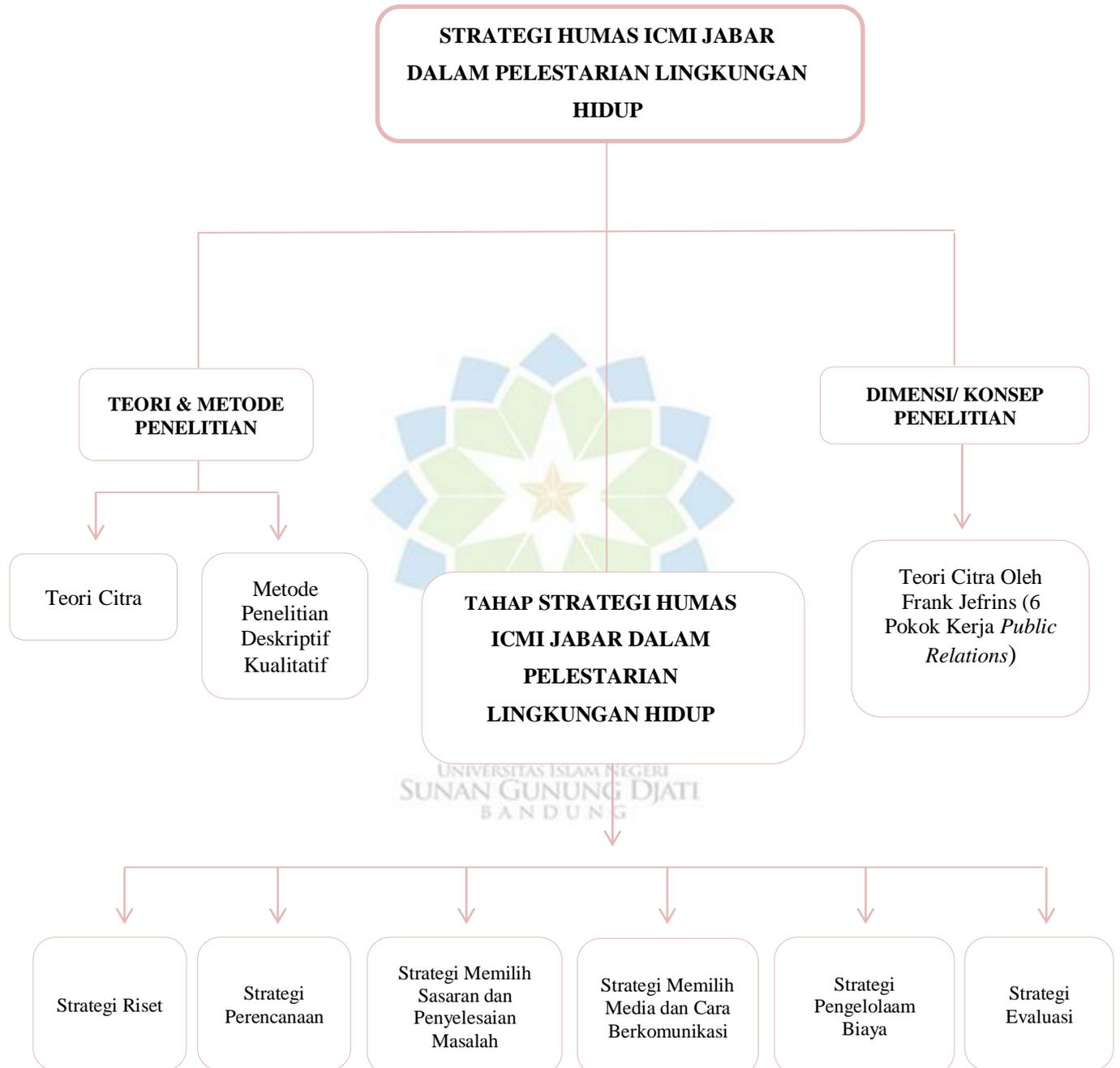
Pola 6 (enam) pokok kerja *public relations* yang dikemukakan oleh Frank Jefkins (2004: 4) yakni:

1. *Appreciation of the situation*, dimana riset atau penelitian menjadi bagian penting dalam proses ini. Riset yang dilakukan bertujuan untuk memahami masalah dan mencari solusi dalam masalah tersebut,

setelah itu *public relations* akan membuat perencanaan program untuk membawa perubahan, dan berantisipasi agar tidak terulang lagi.

2. *Definition of objectives*, dimana *public relations* harus mengetahui sasaran dari program yang akan dilaksanakan, memprioritaskan masalah yang ingin diselesaikan dan menentukan tujuan yang hendak dicapai dengan merubah situasi negative menjadi positive.
3. *Definition of public*, *public relations* harus mampu mengerti karakteristik publik dengan siapa *public relations* berkomunikasi, dengan ini tujuan di tahap kedua dapat tercapai.
4. *Selection of media and techniques*, *public relations* harus memilih media, strategi juga taktik yang tepat untuk berkomunikasi dengan publiknya.
5. *Planning of budget*, terlaksananya strategi yang telah dibuat tidak luput dari kebutuhan biaya, *public relations* harus berusaha menjalankan program dengan efektif tanpa menggunakan biaya minimum.
6. *Assessment of result*, *public relations* harus mengevaluasi program yang telah dilaksanakan, dengan survey, peninjauan kembali, quisioner dan bentuk survey lainnya.

Bagan 1.1
Skema Penelitian



1.7 Langkah-langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian di kantor Organisasi Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) Jawa Barat yang berada di Jalan Cikutra No. 276 D Neglasari Kec. Cibeunying Kaler Kota Bandung Jawa Barat, organisasi ini bergerak di bidang Agama dan Pendidikan yang memiliki citra yang cukup baik, juga kerap melakukan berbagai kegiatan positif pada bidang keagamaan dan pendidikan.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini adalah suatu aktifitas yang dilakukan dengan sistematis juga terencana, yang bertujuan untuk mendapatkan jawaban dari masalah-masalah yang telah penulis tentukan, jenis pra penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dan menggunakan paradigma konstruktivistik dan pendekatan interpretif.

Penelitian kualitatif yaitu suatu penelitian yang di pakai untuk meneliti konsep objek alamiah, yang berawal dari sebuah data, menggunakan teori yang sudah ada untuk lebih jelas, dan berakhir dengan sebuah teori pula. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik menggunakan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus secara alamiah dengan menggunakan beberapa metode alamiah (Moleong, 2005: 6).

Paradigma menurut Wimmer dan Dominick (2011: 1515) pada Buku Teknis Praktis Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif (Kriyantono, 2020: 10) mengungkapkan bahwa paradigm ialah seperangkat teori, prosedur dan asumsi

yang diyakini mengenai bagaimana periset melihat dunia. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan paradigma konstruktivistik.

Paradigma konstruktivistik ini merupakan lawan dari paradigma positivistik dimana paradig ini tidak memisahkan objek dan subjek komunikasi, dalam studi komunikasi paradig konstruktivistik sering disebut juga sebagai paradigma produksi dan pertukaran makna. Pandangan dari paradigma ini yaitu bahasa tidak lagi dilihat sebagai alat sebagai cara memahami realitas objektif dan dipisahkan dengan subjek sebagai penyampai pesan, paradigma ini memandang bahwa subjek merupakan suatu faktor yang sentral dalam kegiatan komunikasi.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis memilih untuk menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivistik karena penulis melakukan komunikasi secara langsung dengan objek yang bersangkutan dengan melakukan wawancara.

1.7.3 Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan deskriptif yakni merupakan suatu pendekatan yang menggambarkan keadaan suatu fenomena yang terjadi dengan kalimat atau kata-kata, sedangkan menurut Soerjono Soekanto penelitian deskriptif kualitatif merupakan tata cara pemecahan masalah yang di cari tahu kebenarannya dengan menggambarkan keadaan dari suatu objek, yang pada saat ini berdasarkan fakta-fakta yang ada.

Tujuan metode penelitian deskriptif ini untuk membuat suatu deskripsi atau suatu gambaran secara sistematis, faktual serta akurat dengan fakta-fakta dan sifat-sifat antara fenomena yang akan di teliti.

1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data yang penulis digunakan yaitu data kualitatif. Data kualitatif yakni adalah data yang disuguhkan dalam bentuk kata atau verbal bukan dalam bentuk angka.

2. Sumber Data

Sumber data merupakan asal darimana subyek ini di dapat, dalam pra penelitian ini penulis menggunakan 2 sumber data diantaranya:

- a. Sumber data primer, sumber data primer yaitu sumber data yang dikumpulkan secara langsung oleh penulis dari sumber pertama, adapun yang menjadi sumber data primer dalam pra-penelitian ini yaitu Ketua ICMI Jawa Barat, Sekretaris Umum ICMI Jawa Barat dan 2 (dua) orang anggota dari ICMI Jawa Barat.
- b. Sumber data sekunder, yakni data yang didapat secara tidak langsung melalui media perantara (yang diperoleh dan dicatat dari pihak lain), biasanya berupa bukti catatan atau laporan historis yang terkumpul dalam arsip baik yang dipublikasikan ataupun tidak.

1.7.5 Penentuan Informan

Penulis memilih informan tersebut karena informan tersebut menguasai informasi yang penulis butuhkan, memiliki data dan juga bersedia memberi

informasi yang penulis butuhkan secara tepat dan akurat, yakni Ketua ICMI Jawa Barat Prof. Dr. H. Moh Najib, M.Ag, Wakil Sekretaris Umum ICMI Jawa Barat Dr. Rajaminsah, M.Mpd dan 2 orang anggota ICMI Jawa Barat yang terlibat langsung dalam program Gerakan Aksi Pelestarian Lingkungan Hidup di Waduk Jatigede tersebut.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan penulis untuk mendapatkan data sesuai dengan yang dibutuhkan yakni menggunakan beberapa metode teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Metode Observasi. Observasi atau dengan kata lain disebut dengan pengamatan, yaitu suatu kegiatan pemantauan terhadap suatu objek dengan menggunakan alat-alat indera. Metode ini di penulis gunakan untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan humas ICMI Jawa Barat membentuk citra positif organisasinya. Penulis menggunakan observasi secara terstruktur dengan pedoman observasi yang disusun menggunakan *table check list*.
- b. Metode Wawancara. Metode dengan wawancara yaitu metode yang dimana informasi yang didapatkan dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada responden. Wawancara merupakan bagian terpenting dalam pra-penelitian ini. Menurut Moleong menjelaskan bahwa wawancara yaitu dimana peneliti dan responden melakukan komunikasi tatap muka untuk mendapatkan informasi langsung secara lisan dengan tujuan dapat memecahkan masalah penelitian.

1.7.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan pada data yang bersifat verbal atau berbentuk kata-kata dan bukan berbentuk angka. Data dikumpulkan dari hasil observasi dan juga wawancara yang penulis lakukan. Kegiatan analisis data melalui 3 (tiga) kegiatan yang terjadi dengan bersamaan diantaranya reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan pada penyederhanaan, pengabstraksian dan transformasi dari data yang bersifat kasar yang muncul dari hasil lapangan. Kegiatan reduksi data berlangsung secara terus menerus terutama selama proses pengumpulan data. Reduksi data merupakan suatu proses mengorganisasi data sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan didalamnya. Reduksi data ini berlanjut hingga laporan akhir sudah tersusun lengkap, dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian kualitatif dapat disederhanakan dalam berbagai macam cara, diantaranya seperti seleksi yang cukup ketat, uraian singkat, digolongkan kepada suatu pola yang lebih luas dan lainnya.

1.7.8 Rencana Jadwal Penelitian

Tabel 1.2
Rencana Jadwal Penelitian

No	Kegiatan Yang Dilakukan	Apr	Mei	Jun	Jul	Agst	Sept	Okt	Nov	Des
1.	Tahap Pertama: Persiapan Pra-penelitian.									
	Pengumpulan Data Proposal Penelitian									
	Penyusunan Proposal Penelitian									
	Bimbingan Proposal Penelitian									
	Revisi Proposal Penelitian									
2.	Tahap Kedua: Usulan Penelitian.									
	Sidang Usulan Penelitian									
	Revisi Usulan Penelitian									
3.	Tahap Ketiga: Penyusunan Skripsi									
	Pelaksanaan Penelitian									
	Analisis dan Pengolahan Data									
	Penulisan Skripsi									

	Bimbingan Skripsi									
4.	Tahapan Keempat: Sidang Skripsi									
	Bimbingan Akhir Skripsi									
	Sidang Skripsi									
	Revisi Skripsi									

