

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Humas atau Public Relations adalah sebuah usaha yang sengaja dilakukan dan direncanakan secara berkeselimbangan untuk menciptakan saling pengertian antara sebuah lembaga/institusi dengan masyarakat. Begitupun juga Humas atau Public relations yang bertujuan untuk menciptakan citra positif dalam organisasi/perusahaan kepada publik (masyarakat). Citra Organisasi/perusahaan yang positif dimaksudkan agar perusahaan dapat tetap hidup dan meningkatkan kreativitasnya bahkan memberikan manfaat lebih bagi orang lain. Lahirnya publik relations seperti yang sudah di praktikan sekarang banyaknya kemajuan-kemajuan dalam berbagai macam bidang itu.

Strategi merupakan organisasi dan perusahaan yang mempunyai rencana yang akan dilakukan dimasa depan. Sebuah rencana biasanya didalam organisasi dan perusahaan mereka mempunyai sebuah strategi yang akan mereka jalankan biasanya sesuai apa yang sudah direncanakan dengan organisasi dan perubahan tersebut. Strategi dalam kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yaitu ilmu dan seni yang digunakan untuk sebuah sumber daya yang dilaksanakan oleh kebijaksanaan untuk perang dan damai.

Daerah Kabupaten atau Kota dibentuk Kantor Urusan Agama merupakan bagian dari struktur Kementerian Agama bertugas menyelenggarakan sebagian tugas umum pemerintahan dan pembangunan bidang agama. Kantor Pendidikan Agama bertugas dasar untuk mendidik Agama Islam lebih dalam. Kantor Penerangan Agama dan Pengadilan Agama, dengan ujung tombak di Kecamatan adanya Kantor Urusan Agama dan para Penilik Agama.

Kantor kementerian Agama Bekasi merupakan tempat pelaksanaan dimana mengurus data masyarakat Indonesia berhubungan bertugas untuk merumuskan serta melaksanakan kebijakan atas data-data dan standarisasi teknis dibidang Agama, pelaksanaan kebijakan dibidang Agama, menyusun norma agama, standar masyarakat beragama Islam, menaati prosedur. Peran Kantor Kementerian Agama Kota Bekasi salah satunya adalah memberikan pengawasan serta pembinaan kepada masyarakat. dalam melaksanakan perannya terdapat berbagai kendala diantaranya adalah terbatasnya sarana yang disiapkan Kantor kementerian Agama Kota Bekasi seperti miskomunikasi banyaknya miskomunikasi yang mengakibatkan banyak kesalahan dalam menginput data, dan juga mengakibatkan karyawan lolos dari pengawasan.

Berdasarkan data pra penelitian pada Instagram bahwa setiap postingan yang diunggah banyaknya perkembangan dengan pada kolom komentar, sebelum itu Instagram @KemenagBekasi Kantor Kementerian Agama Kota Bekasi tidak aktif dikarenakan pemegang akun Instagram sudah diganti dan sekarang sudah mulai aktif

dimulai dari following yang sedikit bertahap mendapatkan followers sekitar 250, sudah banyak informasi-informasi yang diunggah dan disebarakan kepada masyarakat melalui content yang dibuat oleh tim media sosial. Data yang diambil bukan dari Instagram saja tetapi data yang diambil dari sebuah website kemenag yang bagian dari salah satu media sosial yang dimiliki sebagian besar memang banyak nya perkembangan dari awal yang dilihat sebelum itu tidak fokus dengan media sosial dikarenakan memang saja menginformasikan sebuah berita lewat secara langsung atau brosur mulai ini membangun website untuk menempati sebuah informasi kepada masyarakat melalui fitur-fitur yang sudah ditetapkan seperti profil, beranda, divisi, dan banyak lagi.

Upaya dalam pengambilan data yang dilakukan secara langsung menurut bapak deden dari diskusi yang dilakukan pada job training Kantor Kementerian Agama Kota Bekasi mempunyai sebuah target untuk meningkatkan citra positif. Terciptanya hubungan kerja yang harmonis antara pimpinan dan karyawan maupun antara sesama karyawan dan juga secara eksternal kepada pengguna jasa pelayanan Kantor Kementerian Agama Kota Bekasi sudah ditetapkan dan juga mempunyai tugas dari pejabat Humas dalam institusi tersebut, tentunya melalui Komunikasi dua arah, itu sendiri maupun dengan kantor cabang lainnya, untuk menetapkan rasa saling pengertian, kerjasama yang baik, tenggang rasa dalam melakukan aktivitasnya. Hubungan ini tidak selamanya memiliki pemikiran dan cara yang sama saja. Seringkali terjadi perdebatan dan perselisihan pendapat dimana dapat menghambat

kinerja dalam pelaksanaan dalam fungsi Kantor Kementerian Agama Kota Bekasi sehingga tidak harmonisasi dan kelancaran kinerja baik secara internal maupun eksternal.

Humas yang dituntut harus mampu membangun image positif dengan bagian lembaga atau instansi, yang menumbuhkan komunikasi yang bersinergi antara lembaga atau instansi dengan masyarakat untuk membangun instansi responsive terhadap dinamika masyarakat. Dengan demikian fungsi humas dituntut selalu menjadi profesional dalam mengelola informasi sehingga terwujudnya citra positif korporasi. Tuntutannya mensyarakatkan keperluan manajemen terhadap pengelolaan komunikasi diperusahaan. Dengan itu program kerja humas yang baik harus mendasarkan pemahaman yang tepat sehingga persoalan kehumasan yang dihadapi oleh sebuah organisasi.

Secara objektif kondisi sebelum melakukan penelitian Humas Kantor Kementerian Agama Kota Bekasi peningkatan aktifitas Humas sangat menurun sehingga menyebabkan citra Humas didalam Kantor Kementerian Agama Bekasi sangat menurun dengan adanya penelitian ini, akan meningkatkan citra Humas untuk meningkat kembali dan aktif dalam berbagai kegiatan yang ada didalam Kantor Kementerian Agama Kota Bekasi.

Berdasarkan yang dipaparkan diatas menarik untuk meneliti strategi dalam meningkatkan citra Kantor Kementerian Agama Kota Bekasi dan juga adanya

kenyataan terhadap membina hubungan kerja yang harmonis antara sesama pegawai yang terkait dalam institusi maupun dengan *stakeholders*/pengguna jasa untuk berkepentingan untuk tidak lepas dari tanggung jawab untuk melaksanakan tugas Humas. Hal ini melatarbelakangi penulisan mengangkat judul penelitian : **“Strategi PR Kantor Kementerian Agama Kota Bekasi Meningkatkan Citra Positif”**.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Bedasarkan latar Belakang pada masalah seperti yang telah diuraikan, maka penelitian memiliki fokus penelitian pada “ Bagaimana Strategi PR Kantor Kementerian Agama Kota Bekasi Meningkatkan Citra Positif ?” Untuk mengupas fokus penelitian tersebut secara mendalam, maka penelitian mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana *Planning* Humas Kemenag Bekasi dalam meningkatkan Citra Positif ?
2. Bagaimana *Organizing* Humas Kemenag Bekasi dalam meningkatkan Citra Positif?
3. Bagaimana *Actuating* Humas Kemenag Bekasi dalam meningkatkan Citra Positif?
4. Bagaimana *Controlling* Humas Kemenag Bekasi dalam meningkatkan Citra Positif?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan, untuk karya ilmiah yang dapat mendeskripsikan yang terkait dengan meningkatkan citra positif Humas Kementerian Agama Kota Bekasi. Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui *Planning* Humas Kemenag Bekasi dalam meningkatkan Citra Positif
2. Untuk mengetahui *Organizing* Humas Kemenag Bekasi dalam meningkatkan Citra Positif
3. Untuk mengetahui *Actuating* Humas Kemenag Bekasi dalam meningkatkan Citra Positif
4. Untuk mengetahui *Controlling* Humas Kemenag Bekasi dalam meningkatkan Citra Positif

### 1.4 Kegunaan Penelitian

#### 1.4.1 Kegunaan Teoritis

Bedasarkan Teori, Dari hasil penelitian ini diharapkan oleh peneliti dapat memberikan manfaat secara ilmiah terhadap perkembangan ilmu pengetahuan sebagai sebuah informasi tentang membangun Citra Positif di Kantor Kementerian Agama Kota Bekasi, dan untuk menambah wawasan bagi penulis dalam mengembangkan teori dan praktik ilmu didalam bidang Kehumasan. Penelitian ini juga diharapkan sebagai acuan untuk menambah referensi dalam melakukan penelitian dalam sebuah objek dalam penelitian selanjutnya.



### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Bedasarkan praktis dalam penelitian ini diharapkan bisa membuka wawasan dan menambah pengetahuan bagi para praktis ataupun sarjana di dalam bidang kehumasan, terdapat juga referensi pengetahuan yang diajukan kepada masyarakat dalam bertujuan mengetahui Startegi Humas mambangun citra positif di Kantor Kementrian Agama Kota Bekasi. dan mampu memberikan inspirasi serta nambah apresiasi untuk peneliti selanjutnya.

## **1.5 Hasil Penelitian yang Relevan**

### **1.5.1 Penelitian Sebelumnya**

Penelitian dalam hal ini melampirkan hasil terdahulu yang berisi empat jurnal penelitian dan satu skripsi. Hasil penelitian terdahulu ini melampirkan untuk mencari perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh penelitian saat ini.

*Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Rinaldi dengan judul Upaya Humas Dalam Membangun Citra Positif di Polsek VII Koto Tebo. Penelitian ini yang memiliki tujuan, yaitu untuk mengetahui hambatan Humas dalam membangun citra positif di polsek VII Koto Ilir Kabupaten Tebo.

*Kedua*, Penelitian yang dilakukan oleh Yunizar Khairunnisa dengan judul Strategi Public Relations PT. Telkom Indonesia TBK di Makassar dalam Menjaga Citra Perusahaan, penelitian ini memiliki tujuan, yaitu untuk mengetahui bagaimana

pelaksanaan strategi Public Relations PT. Telkom Indonesia Tbk di Makassar dalam menjaga citra perusahaan dengan menggunakan teori Citra Perusahaan.

*Ketiga*, penelitian yang dilakukan oleh Alya Nur Sabrina dengan judul Strategi Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Citra Positif pemerintah Kabupaten Langkat. Penelitian ini juga mempunyai tujuan, yaitu dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana citra yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Langkat, untuk menganalisis strategi komunikasi apa yang digunakan Humas dalam meningkatkan citra positif Pemerintah Kabupaten Langkat dan untuk menganalisis apa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi citra yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Langkat.

*Empat*, penelitian yang dilakukan oleh Dolly Indra Syahputra dengan judul Peran humas dalam Membangun Citra Pemerintahan Sumatera Utara (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Kantor Biro Humas Gubernur Sumatera Utara ). Penelitian ini mempunyai tujuan, yaitu untuk menjelaskan peran humas dalam membangun citra pemerintah Sumatera Utara. Teori yang dipakai dalam penelitian ini antara lain teori tentang komunikasi, kehumasan dan teori tentang citra.

*Lima*, penelitian yang dilakukan oleh Nur Kholis dengan judul Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Pondok Pesantren Darul Huda Mayak Tonatan Ponogoro. Penelitian ini memiliki tujuan, yaitu bagaimana strategi hubungan masyarakat internal dan eksternal dalam meningkatkan citra Pondok Pesantren Darul Huda, bagaimana kontribusi strategi humas dalam meningkatkan citra Pondok Pesantren Darul Huda Mayak.



**Tabel 1 Penelitian Sebelumnya**


No.	Peneliti	Judul	Metode	Teori	Hasil	Perbedaan
1.	Wahyu Rinaldi, Ilmu Komunikasi (Penyiaran Islam) Fakultas Dakwah, Universitas Islam Jambi, 2020	Upaya Humas dalam Membangun Citra Positif di Polsek VII Koto Tebo	Kualitatif Deskriptif	Teori Humas Citra baru	Polsek VII Koto Tebo humas dalam mengusahak an pendapat kecintaan dan kepercayaan masyarakat kepada kepolisian	Perbedaan yang terletak pada objek lokasi dan teori dalam penelitian
2.	Yunizar Khairunnisa Ilmu komunikasi, Universitas Islam Negeri	Strategi Public Relations PT. Telkom Indonesia TBK di	Kualitatif Deskriptif	Teori Citra perusahaan	Menjalanka n hubungan yang baik tentunya bukan hanya	Perbedaan yang terletak pada teori, objek dan lokasi

	Makassar, 2016	Makassar dalam Menjaga Citra Perusahaan		membentuk citra yang positif tetapi bukan hanya publik internal saja melainkan hal yang tak kalah pentingnya adalah yang baik pada publik esktrenal. Usaha yang dilakukan public relations dalam menjaga	penelitian.
--	-------------------	---	--	--	-------------

					<p>citra perusahaan yaitu memaksimalkan pelayanan yang prima kepada konsumen dan publiknya.</p>	
3.	<p>Alya Nur Sabrina, Universitas Sumatera Utara, Fal. Sol dan Ilmu.Pol, Departemen Ilmu Komunikasi, 2019</p>	<p>Strategi Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Citra Positif pemerintah Kabupaten Langkat</p>	<p>Kualitatif Analisis Deskriptif</p>	<p>Komunikasi, Strategi Komunikasi Public Relations, Humas pemerintah, dan Citra</p>	<p>Untuk meningkatkan sebuah citra positif dalam pemerintahan Kabupaten Langkat yaitu</p>	<p>Perbedaan yang terletak pada lokasi penelitian</p>

					dengan peningkatan sistem pelayanan yang sudah diberikan, menjaga komunikasi dan kerjasama dengan baik dengan sesama anggota pemerintah n atau karyawan, yang dengan adanya keterbukaan	
--	--	--	--	--	---	--

					informasi antara pemerintah Kabupaten Langkat dengan masyarakat menjadi faktor yang berpengaruh dalam meningkatkan citra positif Kabupaten langkat.	
4.	Dolly Indra Syahputra, Universitas Medan Area, Fal.ilsos dan	Peran humas dalam Membangun Citra Pemerintahan	Deskriptif Kualitatif	Teori tentang Komunikasi, Kehumasan,	Penelitian ini untuk menunjukkan bahwa peran	Perbedaan terletak pada teori, dan lokasi penelitian.

	<p>Ilmu.politik, Ilmu komunikasi,20 18</p>	<p>Sumatera Utara (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Kantor Biro Humas Gubernur Sumatera Utara )</p>		<p>tentang Citra.</p>	<p>Humas dalam membangun citra pemprov sumut masalah, peran humas sebagai fasilitator komunikasi. Sementara keseluruhan dapat dijelaskan bahwa humas pemerintah n sumatera utara telah</p>	
--	--	---	---	---------------------------	--	--

					menjalankan perannya dalam membangun citra.	
5.	Nur Kholis, IAIN Ponorogo, Manajemen Pendidikan Islam, 2018	Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Pondok Pesantren Darul Huda Mayak Tonatan Ponogoro	Kualitatif	Konsep miles dan huberman	Hasil penelitian meningkatkan citra pondok pesantren yang menerbitkan kedisiplinan santri dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam proses	Perbedaan terletak pada teori, objek, dan lokasi penelitian.

					peningkatan pelayanan yang ada, seperti adanya pembangun an pondok, memberikan sumbangsih tenangnya dalam membangun gedung Pondok Pesantren Darul Huda.	
--	--	--	--	--	--	--

**Sumber: Olahan Peneliti**

## **1.6 Landasan Teoritis**

### **1.6.1 Konsep POAC *Public Relations***

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori POAC yaitu (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) yang dikemukakan oleh George R. Terry, (1958)



dalam buku *Principles of Management* (Sukarna, 2011:10) yang membagi empat fungsi dasar manajemen. Berikut merupakan Teori POAC:

1. *Planning*

*Planning* merupakan sebuah proses menyusun suatu kerangka kerja yang objektif guna untuk mengejar tujuan yang ingin dicapai perusahaan. Dalam membuat sebuah perencanaan yang perlu dibahas adalah tujuan / goal perusahaan dan upaya yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut.

2. *Organizing*

*Organizing* Setelah merencanakan semua hal yang dibutuhkan, selanjutnya adalah proses mengatur tim atau divisi, mengatur jadwal kerja, juga mengelompokkan tiap individu sesuai kemampuannya.

3. *Actuating*

Mengimplementasi rencana ke dalam bentuk aksi menjadi langkah penting untuk mencapai sukses dalam bisnis. Dalam hal ini, tiap divisi diharapkan untuk mulai bisa mengerjakan tugasnya sesuai deskripsi pekerjaan masing-masing dengan mengaktualisasi ide dasar / rencana bisnis yang sudah diberikan.

4. *Controlling*

*Controlling* merupakan aksi yang dilakukan untuk memastikan alur kerja bisnis berjalan sesuai rencana. Bahkan tiga poin di atas (*planning*, *organizing*, dan *actuating*) tidak akan berjalan sempurna tanpa ada kontrol yang layak.

## **1.6.2 Kerangka Konseptual**

### **1.6.2.1 Definisi Strategi**

Strategi sebagian besar dari sebuah perencanaan sebuah perusahaan untuk bisa mencapai sebuah goals yang diinginkan, strategi yang bisa banyak seseorang pakai dalam bekerja atau bermimpi. Rankuti (2002 : 10 ) Strategi merupakan alat untuk mencapai sebuah tujuan dalam perusahaan yang berkaitan dengan tujuan jangka panjang , dalam sebuah program tidak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Kegiatan dalam strategi tersebut sebuah rumusan dalam perencanaan untuk mencapai tujuan jangka panjang untuk melalui sebuah pengintergrasian dan alokasi sumber daya dalam sebuah perusahaan.

### **1.6.3.2 Definisi Humas**

Humas (Hubungan Masyarakat) ialah sebuah terjemahan bebas dari sebuah istilah Public Relations/PR atau juga bisa disebut sebagai Human Relations. Public Relations secara etimologi berasal dari bahasa Inggris yang berarti hubungan masyarakat. Public Relations ialah suatu fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik yang membangun sebuah manfaat antara organisasi dengan public yang mencapai sebuah kesuksesan atau juga sebagai kegagalan sebuah organisasi. Public Relations mendefinikan dan menekankan sebuah tanggung jawab antara manajemen untuk melayani sebagai kepentingan publik, Public Relations juga membantu sebuah manajemen tetap mengikuti perubahan dan memanfaatkan perubahan secara efektif, dan dalam hal tersebut bagian sistem peringatan dini untuk

mengantisipasi arah perubahan (trends) yang menggunakan riset dengan komunikasi yang sehat dan etis sebagai alat untuk komunikasi. Fungsi manajemen tertentu yang membantu membangun dan menjaga sebuah komunikasi, pemahaman bersama, penerimaan mutual dan kerja sama antara organisasi dan publicnya. Public Relations manajemen problem atau manajemen isu atau juga membantu manajemen agar tetap responsif mendapatkan informasi terkini tentang opini publik. Grisworld (2002 : 9 )

Pengamantan yang dilakukan pada sebuah komunikasi dengan mengatasi sebuah masalah dengan suatu organisasi. Public Relations memiliki fungsi yang dimana sebuah manajemen yang memiliki kegiatan atas dasar lingkungan internal dan eksternal pada organisasi dan mengidentifikasi sebuah masalah yang timbul, serta melakukan rencana dalam berkegiatan untuk memperoleh dukungan dari publik.

Sebagian komunikasi yang sehat dan etis didasarkan atas penelitian dengan sesakma. Fungsi dari humas dalam menetapkan kepemimpinan dan mengefektifkan serta mengefisienkan upaya pencapaian tujuan organisasi akan menjadi kenyataan, bagi seorang humas yang berbagai publiknya sangat penting dalam rangka menimbulkan niat dalam kepercayaan publik, untuk menjalin hubungan yang harmonis antara kedua belah pihak, organisasi, dan publik. Secara garis besar, tujuan humas menyangkut tiga hal ini, yaitu:

1. Reputasi dan citra. Tugas humas yang tidak lepas dari reputasi dan citra, maka asumsi bahwa citra yang positif akan berkaitan dengan semakin tingginya akses publik maka output dari perusahaan tersebut.

2. Sebagai jembatan komunikasi. Humas menjadi komunikator dan mediator organisasi dengan lingkungannya.
3. Mutual benefit relationship, adalah humas harus menjadi kepada publik dalam perusahaan yang berada didalam operasinya memiliki niat baik dalam berbisnis yang diwujudkan dalam tanggung jawab.

Kedudukan humas “jembatan komunikasi” antara organisasi atau lembaga atau perusahaan dengan publiknya, sehingga bisa saling menjalin pengertian antara keduanya, yang akhirnya akan menciptakan sebuah citra positif dan dukungan dalam kebedaraan organisasi tersebut.

Menurut penulis, bahwa humas bertujuan menciptakan suatu citra yang positif diorganisasikan maupun masyarakat mampu membangun kesan yang meningkatkan pandangan yang positif terhadap Humas Kantor Kementerian Agama Kota Bekasi.

#### **1.6.3.3 Definisi Meningkatkan Citra (Image)**

Citra (*image*) merupakan suatu gambaran yang ada didalam benak publik tentang perusahaan. Citra adalah persepsi publik sebuah perusahaan menyangkut pelayanannya, kualitas produk, budaya perusahaan, perilaku perusahaan atau perilaku-perilaku individu dalam perusahaan lainnya.

Membangun citra atau publikasikan yang positif merupakan prestasi, reputasi dan juga sekaligus menjadi tujuan yang utama bagi aktifitas *public relations* dalam

melaksanakan perannya membangun citra atau nama baik lembaga/organisasi dan produk yang diwakilinya.

Citra adalah tujuan utama bagi sekaligus merupakan sebuah reputasi dan prestasi yang hendak akan dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan) atau *public relations*. Menurut Philip Henslowe, citra adalah kesan yang diperoleh dari tingkat pengetahuan dan pengertian terhadap fakta (tentang orang-orang, produk atau situasi).

## **1.7 Langkah-langkah Penelitian**

### **1.7.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian melakukan penelitian di Kantor Kementerian Agama Kota Bekasi yang berlokasi di Jl. Jendral Ahmad Yani No.22. Bekasi Selatan. Dalam mengetahui penelitian ini bagaimana peran Humas Kemenag dalam meningkatkan citra didalam Kantor Kementerian Agama Kota Bekasi. Sehingga peneliti memilih untuk lebih memperdalam analisis mengenai strategi Public Relations Kantor Kementerian Agama Kota Bekasi dalam meningkatkan citra dalam kantor menggunakan metode studi kasus kualitatif.

### **1.7.2 Paradigma dan Pendekatan**

Paradigma yang digunakan penulis adalah paradigma konstruktivistik. Paradigma ini menyakini bahwa adanya penelitian bukan sekedar hasil dalam pengamatan fakta. Yang menyatakan bahwa realitas itu dalam beragam bentuk

konstruksi mental yang didasarkan pada pengalaman sosial, bersifat lokal dan spesifik, serta tergantung pada yang bersangkutan. Peneliti menggunakan paradigma ini dikarenakan ingin mendapatkan pemahaman dari informasi untuk membantu menjelaskan apa yang dilakukan didalam Kantor Kemenang. Dalam meningkatkan citra untuk memperoleh data dengan wawancara mendalam untuk menghasilkan yang relevan dengan fokus dalam penelitian.

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah kualitatif, yang melakukan penelitian ini peneliti secara alami dapat menemukan fenomena dan sebuah gambaran dengan kata-kata dan juga angka-angka. Penelitian yang memiliki sebuah harapan yang dapat menghasilkan dalam penelitian dan juga menggambarkan bagaimana Kantor Kementrian Agama Kota Bekasi yang dihasilkan dalam data yang didapatkan pada proses wawancara mendalam.

### **1.7.3 Metode Penelitian**

Metode adalah sebuah alat atau cara untuk digunakan dalam peneliti untuk mengumpulkan sebuah data empiris dan menganalisis data. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus kualitatif. Penelitian kualitatif kemudian untuk menyelidiki fenomena yang terjadi pada realitas sosial yang menggambarkan dalam bentuk sebuah kompleks dan kata-kata sesuai dengan pandangan informasi.

Penelitian yang dilakukan metode kualitatif yang bertujuan mencari fakta dan informasi secara detail dengan fenomena yang terjadi di dalam kantor Kemenang, dan

untuk mengetahui sebuah identifikasi terhadap kegiatan yang akan diteliti seperti strategi Humas dalam meningkatkan citra didalam Kantor Kementerian Agama Kota Bekasi.

#### **1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data**

##### **1.7.4.1 Jenis Data**

Sumber data didalam penelitian ini terdapat dua bagian, yaitu sebagian berikut:

1. Sumber data primer, yang menjadi sumber rujukan yang pertama untuk kepala bagian, untuk para staf atau anggota praktisi Public Relations Humas Kantor kementerian Agama Kota Bekasi dalam meningkatkan citra.
2. Sumber data sekunder, yang menjadi sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari sebuah organisai atau para karyawan dan staff dari kantor, atau juga memakai akun sosial media yang dimiliki oleh kantor Kemenag, sebagai data penunjang dimana satu sama lain saling mendukung yang diberikan oleh sumbangsih pemikiran antara lapangan dengan teori yang ada.

##### **1.7.5 Teknik Penentuan Informasi**

Dalam penentuan informasi dalam penelitian ini, peneliti akan menentukan tiga orang dengan pertimbangan-pertimbangan dalam syarat yang akan dijadikan informasi dalam penelitian tersebut :

1. Kepala bagian, Staf atau Bagian Public Relations Kantor Kementerian Agama Kota Bekasi.
2. Maka yang mempunyai pengalaman kerja selama dua tahun.

3. Dalam sebagian admin atau pengelola didalam Kantor Kemenag yang berkepentingan dalam meningkatkan citra positif.

#### **1.7.5.1 Wawancara Mendalam**

Wawancara yang dipakai dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data-data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data yang secara lengkap dan lebih mendalam. (Kriyantono,2006:100)

Wawancara yang dilakukan kepada praktisi Public Relations Kantor Kementerian Agama Kota Bekasi yang menggunakan dua jenis wawancara, yang pertama dengan cara terstruktur yaitu menggunakan daftar pertanyaan yang sudah dibuat sebagai panduan. Kedua, wawancara tidak terstruktur, yaitu menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang muncul secara spontan dan juga mengembangkan dari daftar pertanyaan yang sudah ada, sifatnya informal.

Wawancara yang dilakukan dengan cara *face to face* dengan beberapa *staff* dari *Public Relations* kemenang. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara wawancara kepada praktisi *Public Relations* Kantor Kementerian Agama Kota Bekasi yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

#### **1.7.5.2 Observasi Partisipasi Pasif**

Observasi adalah merupakan alat yang digunakan sebagai memperoleh beberapa informasi seperti ruang (tempat), pelaku, objek, perbuatan, kejadian, atau peristiwa, dan waktu. Observasi atau pengamatan merupakan aktivitas pencatatan



fenomena yang dilakukan secara sistematis. Pengamatan dapat dilakukan secara non partisipatif (Bungin, 2011: 101) Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebuah observasi partisipasi pasif yang mengartikan dalam proses pengumpulan data ini, peneliti hanya perlu berfungsi sebagai pengamat praktisi Public Relations Kantor kemenag yang dilaksanakan dalam kegiatan yang terjadinya dengan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dimana penelitian tidak memiliki keterlibatan langsung.

Metode observasi partisipasi pasif dipilih dikarenakan objek sebuah penelitian, penelitian juga bisa dilihat dari jauh atau lebih dekat tentang kinerjanya dari pihak informasi yang menjadi sumber data terkait dilapangan. Observasi partisipasi pasif karena yang dilakukan dengan adanya kegiatan yang berjalan diharuskan oleh para praktisi *Public Relations* Kantor Kementerian Agama Kota Bekasi yang memiliki kewenangan dalam mengelola media sosial dan mengetahui batasan terhadap apa yang dijalankan dan kegiatan seperti apa yang akan diteliti. Observasi ini juga melibatkan dengan menganalisis sebuah Strategi Humas dalam meningkatkan Citra dalam Kantor Kementerian Agama Kota Bekasi.

### **1.7.5.3 Dokumentasi**

Pada umumnya, dokumentasi mempelajari hasil karya multimedia sebuah perusahaan yang memiliki bentuk virtual dan teks. Adanya dokumentasi dengan mudah memperoleh penerangan guna menunjang penelitian. Data penunjang dalam

penelitian ini berupa teks hasil wawancara dengan informasi. Dokumentasi ini diharapkan dapat membantu dalam proses penelitian.

#### **1.7.6 Teknis Analisis Data**

Pada tahap ini, peneliti data, dalam metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis model miles dan hubermen dalam buku Metodologi Penelitian Kualitatif, Analisis data yang terdiri dari tugas alur kegiatan, yaitu :

##### **a) Reduksi Data**

Reduksi data adalah proses pemilihan data, yang menggolongkan, mengerahkan, membuang yang tidak perlu atau mengorganisasikan data dengan cara sedemikian mungkin sehingga kesimpulan dan verifikasi. Data yang didapatkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan dilapangan dengan adanya praktisi Humas Kantor Kementerian Agama Kota Bekasi strategi yang meningkatkan citra perusahaan melalui media sosial kemudian juga direduksi dengan melakukan pemilihan informasi dengan menggolongkan informasi dengan apa yang diteliti.

##### **b) Penyajian Data**

Pada tahap penyajian data biasanya dilakukan dalam metode penelitian kualitatif adalah bentuk naratif. Menyajian data dalam bentuk kumpulan informasi yang tersusun berdasarkan secara sistematis akan mengorganisasikan data dalam mode rasional, maka sehingga dapat mudah dipahami.

c) Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah pengembaran keseluruhan secara utuh dari objek yang teliti, proses penarikan kesimpulan bukan hanya hasil yang diselenggarakan namun berdasarkan penggabungan informasi yang telah dilakukan dalam penyusunan dalam penyajian data hasil wawancara dan observasi terhadap Humas Kementerian Agama Kota Bekasi, dalam melalui informasi untuk penelitian memamparkan kesimpulan analisis dari sudut pandang peneliti mengenai objek yang akan diteliti seperti Strategi Humas Kantor Kementerian Agama Kota Bekasi dalam Meningkatkan Citra Humas didalam Kantor Kementerian Agama Bekasi.

