

**AKTIVITAS BIRO HUMAS DAN PROTOKOLER
KABUPATEN GAYO LUES**

SKRIPSI

Oleh:

MARHABAN

NPM: 1603110160

Program Studi Ilmu Komunikasi



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : **MARHABAN**
N P M : 1603110160
Program Studi : Ilmu komunikasi
Pada hari, tanggal : Kamis, 19 November 2020
W a k t u : Pukul 07.30 WIB s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom**
PENGUJI II : **CORRY NOVRICA SINAGA, S.Sos., M.A.**
PENGUJI III : **MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom**

(.....)
(.....)
(.....)

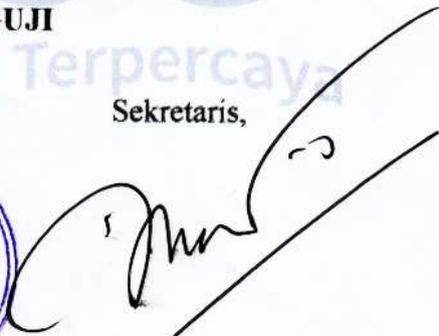
PANITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP




Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

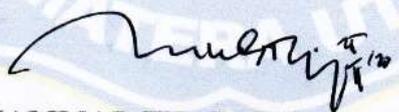
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama Lengkap : **MARHABAN**
N.P.M : 1603110160
Program Studi : Ilmu komunikasi
Judul Skripsi : **AKTIVITAS BIRO HUMAS DAN PROTOKOLER
KABUPATEN GAYO LUES**

Medan, 19 November 2020

Dosen Pembimbing


MUHAMMAD THARIO, S.Sos., M.I.Kom.

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi


NURHASANAH NASUTION, S.Sos M.I.Kom.

Dekan,



Dr. ARIEN SALEH, S.Sos, MSP.

SURAT PERNYATAAN

Bismilahirrohmaniirrohim

Dengan ini saya MARHABAN, NPM 1603110160, menyatakan dengan sesungguhnya :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh Undang-Undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut Undang-Undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang saya terima.

Medan, 19 November 2020

Yang menyatakan,



MARHABAN

AKTIVITAS BIRO HUMAS DAN PROTOKOLER KABUPATEN

GAYO LUES

MARHABAN

NPM: 1603110160

ABSTRAK

Pada Era ini Biro Humas dan Protokol dianggap sebagai suatu kebutuhan yang mesti ada dalam sebuah lembaga maupun organisasi guna membangun hubungan dengan masyarakat dan para pemangku kepentingan (Stakeholder). Posisi humas merupakan posisi yang sangat sentral dalam sebuah organisasi maupun perusahaan. Humas memegang peranan penting dalam menumbuhkan ikatan emosional yang baik antara atasan dengan bawahan, humas juga berperan dalam usahanya untuk menanamkan saling kepercayaan dan loyalitas antara organisasi dengan publiknya. Oleh karena itu, seorang humas perlu mengetahui tugas, tantangan, dan kendala yang dihadapi saat menjalani profesi tersebut. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana aktivitas biro humas Dan Protokoler Kabupaten Gayo Lues?”. Jenis penelitian menggunakan deskriptif kualitatif dengan metode analitis. Penelitian ini menggunakan teknik analisa data kualitatif yang merupakan pengukuran dengan menggunakan data nominal yang menyangkut klasifikasi atau kategori sejumlah variabel ke dalam beberapa sub kelas nominal. Melalui pendekatan kualitatif, data yang diperoleh dari lapangan diambil kesimpulan yang bersifat khusus kepada yang bersifat umum kemudian disajikan dalam bentuk narasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biro humas dan protokoler kabupaten Gayo Lues sudah melakukan kegiatan pekerjaan mereka sesuai dengan prosedur yang ditetapkan. Biro kehumasan juga menyadari pentingnya pemanfaatan teknologi komunikasi untuk membantu menyelesaikan pekerjaan mereka. Biro humas dan protokoler juga menjalin hubungan baik dengan media (wartawan) karena keberadaan humas dan media (wartawan) bersifat mitra dan kerjasamanya simbiosis mutualisme

Kata Kunci: Hubungan masyarakat, strategi komunikasi, media massa

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “AKTIVITAS BIRO HUMAS DAN PROTOKOLER KABUPATEN GAYO LUES”. Sholawat beriring salam kepada junjungan kita nabi Muhammad SAW, dimana beliau adalah seorang pemimpin yang ulung dan sebagai panutan umatnya dalam menjalankan aktivitas kehidupan, semoga kita selalu mengikuti langkahnya dan selalu bersolawat kepadanya, amin.

Terselesainya skripsi ini dapat terwujud karena bantuan bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Baik langsung maupun tidak langsung, maka untuk itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Ayahanda tercinta (Selamat) dan Ibunda tercinta(Sari) beserta seluruh keluarga yang telah memberikan motivasi baik secara material dan moral sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Rudianto S.Sos M.Si selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Bapak Dr. Arifin Shaleh, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Bapak Drs. Zulfahmi M.I.Kom. Serta Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Bapak Abrar Adhani M.I.Kom.
6. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos.,M.I.Kom selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan Dosen Penasehat Akademik, serta Bapak Akhyar Anshori S.Sos.,M.I.Kom selaku sekretaris program studi Ilmu Komunikasi.
7. Bapak MUHAMMAD THARIQ, S.Sos.,M.I.Kom selaku Dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu tenaga dan pikirannya serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara .
9. Bapak Drs.H. Buniyamin Selaku Kepala Bagian humas dan Protokoler, Ibu Holena Skm selaku Pengelola Informasi Publikasi dan Analisis yang telah memberi izin kepada saya untuk melakukan penelitian dan seluruh Staf Dan Jabatan yang sudah membantu saya dalam menjawab pertanyaan wawancara saya. saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas partisipasinya.
10. Partner peneliti yaitu Khairul yang telah memberikan dukungan, doa, serta membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini

dengan sebaik-baiknya.

11. Teman-teman seperjuangan penelitian semasa kuliah yang dipenuhi dengan kesedihan

Peneliti menyadari berbagai kelemahan dan kekurangan dalam penelitian ini, untuk itu diharapkan saran dan kritik untuk perbaikan atas kekurangan dalam penelitian ini. Demikian sebagai kata pengantar, mudah-mudahan penelitian ini bermanfaat menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi semua pihak. Mohon maaf atas segala kekurangan, peneliti ucapkan Terima Kasih.

Medan, 11 November 2020

Penulis :

“ Marhaban”

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Manfaat Penelitian	5
D. Sistematika Penulisan	5
BAB II URAIAN TEORETIS	7
A. Hubungan Masyarakat	7
B. Pola Komunikasi Humas	19
C. Tinjauan Membangun Citra	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
A. Metode Penelitian	29
1. Jenis penelitian	29
2. Kerangka Konsep	30
3. Definisi Konsep	31
4. Teknik Pengumpulan Data	32
5. Narasumber Penelitian	33
6. Kategorisasi Penelitian	33

7. Teknik Analisa Data	35
B. Uraian Singkat Lokasi	33
BAB IV Hasil Dan Pembahasan	35
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	35
B. Hasil Wawancara	44
C. Pembahasan	61
BAB V PENUTUP	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peran humas atau biasa juga disebut dengan *public relations* merupakan sebuah posisi yang sangat penting dalam sebuah perusahaan, instansi dan lembaga. humas adalah suatu aktifitas yang meliputi komunikasi non periklanan yang ditujukan kepada pelanggan potensial pada suatu organisasi atau perusahaan. humas lebih memusatkan perhatian kepada pengenalan perusahaan dan memberikan gambaran citra yang baik kepada orang lain dan juga calon konsumen potensial. Oleh karena itu, humas juga dapat menjadi promosi bagi organisasi atau perusahaan, jika kinerja humas didalam sebuah perusahaan bekerja dengan baik, tentunya akan menghasilkan hasil kerja lebih efektif dalam meningkatkan penjualan produk dan bisa menjadi lebih baik dari periklanan dalam meningkatkan penjualan perusahaan.

Dalam suatu perusahaan/organisasi, humas (hubungan masyarakat) adalah profesi yang memegang kendali agar perusahaan tersebut dapat berjalan dengan baik. Humas dianggap menjadikan perusahaan/organisasi menjadi lebih baik karena dalam kinerjanya, ia harus bisa membangun citra perusahaan/organisasi tersebut agar penilaian orang terhadap perusahaan tersebut positif.

Dahulu keberadaan humas dianggap merupakan pelengkap dalam sebuah perusahaan, instansi dan lembaga, hanya dianggap sebagai pegurus dokumen-dokumen atau sebagai peng 1 publikasi terhadap perusahaan. Jadi humas dianggap sepele karena sebelumnya banyak yang menilai bahwa humas itu hanya pekerjaannya berurusan dengan mengumpulkan klipingan koran yang memuat perusahaan/organisasi mereka dan tugas-tugas lainnya yang tidak begitu berpengaruh terhadap keuntungan perusahaan/organisasi.

Namun, dalam beberapa dekade pandangan masyarakat terhadap peran humas mulai berubah. Keberadaan *public relations* mulai dianggap penting, mulai bergerak tidak lagi hanya bergelut dalam publikasi, tetapi juga sebagai wakil langsung ataupun sebagai perwujudan hidup (pencitraan) dalam perusahaan, instansi dan lembaga.

Humas perusahaan/organisasi harus bisa secerdik mungkin dalam menyusun strategi untuk meningkatkan citra dan reputasi perusahaan, apalagi di zaman yang semakin banyak persaingan ini. Dunia humas saat ini sudah memasuki era yang disebut era kompetisi, di mana pembentukan, pemeliharaan dan peningkatan citra (termasuk reputasi) menjadi sangat krusial (penting). Humas perusahaan adalah tulang punggung perusahaan/organisasi, jika perusahaan itu ingin mendapatkan reputasi yang baik di mata masyarakat, adalah sesuatu yang wajib dimiliki perusahaan itu yakni harus memiliki humas yang bisa meningkatkan citra perusahaan tersebut, hal ini akan menyebabkan perusahaan

akan mempunyai citra yang baik, humasnya pun memiliki kinerja yang baik pula..

Keberadaan humas dalam lembaga pemerintah sangatlah penting sebagai penyampai informasi atau kebijakan dari pemerintah kepada publik dan dalam rangka mendapat dukungan dari publik mengenai hal yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan maupun kebijakan dari pemerintah. Selain tugas-tugas dan fungsi yang harus dilaksanakan dengan baik, Humas pemerintahan juga memiliki tujuan yang harus dicapai. Sebagai gerbang informasi, humas menjadi tempat keluar dan masuknya informasi untuk masyarakat. Berbagai macam kebijakan dari pemerintah disosialisasikan melalui bagian humas

Begitu pula informasi dan masukan dari masyarakat juga diserap oleh humas untuk selanjutnya diserahkan kepada pimpinan selaku penentu kebijakan. Baik tidaknya hubungan pemerintah dan masyarakat akan berpengaruh terhadap pembangunan. Apabila kebijakan yang dibuat oleh pemerintah tidak didukung masyarakat menyebabkan pembangunan tersebut tidak akan berjalan lancar atau mengalami hambatan dan hasilnya tidak akan maksimal. Kalaupun berjalan dengan baik, pembangunan tersebut tidak memberi kepuasan kepada masyarakat. Sehingga pemerintah perlu mendapatkan informasi ataupun harapan pembangunan yang dibutuhkan masyarakat. Oleh karena itu bidang humas perlu untuk menghubungkan keduanya. Kabupaten Gayo Lues yang terbentuk pada tahun 2002, merupakan Kabupaten yang sedang melakukan pembangunan disegala bidang untuk dapat menjadi Kabupaten yang maju dan mandiri. Dalam pembangunan tersebut diharapkan tidak terjadi *miss-communication* antara

masyarakat dengan pemerintah. Sehingga apapun yang dilakukan oleh pemerintah dapat didukung oleh masyarakat, dan apapun yang dilakukan pemerintah akan memberikan kepuasan kepada masyarakat.

Keberadaan humas dan pelaksanaan tugasnya sudah diatur dalam tugas pokok dan fungsi (tupoksi). Tupoksi sangatlah berpengaruh terhadap kerja yang dilakukan oleh humas, karena itu merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan humas. Hal inilah yang merupakan tugas dan fungsi humas untuk selalu konsisten menjaga hubungannya dengan masyarakat. Untuk mencapai tujuan tersebut humas harus mempunyai program kerja yang bisa menjaga hubungan dengan masyarakat dan tentunya perlu kepekaan terhadap lingkungan untuk membuat program yang sekiranya dapat menarik minat masyarakat. Humas sebagai penyambung lidah pemerintah kepada masyarakat tentu tidak dapat bergerak sendiri untuk melaksanakan tugas dan fungsinya secara maksimal. Dalam hal ini, hendaknya humas dapat memanfaatkan media massa sebagai konsumsi publik pada masa sekarang ini. Terlebih sekarang manusia sudah sangat ketergantungan akan penggunaan media. Media dapat menjadi senjata ampuh humas untuk mendapatkan citra positif dari masyarakat terkait segala kebijakan pemerintah Kabupaten Gayo Lues dan kemajuan daerah tersebut.

Berdasarkan uraian diatas yang membuat peneliti tertarik untuk menganalisis kegiatan humas di Kabupaten Gayo Lues secara mendalam, dan mengangkat penelitian yang berjudul “**Aktivitas Biro Humas Dan Protokoler Kabupaten Gayo Lues**”

B. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana aktivitas biro humas Dan Protokoler Kabupaten Gayo Lues”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui aktivitas biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Secara akademis, diharapkan penelitian ini dapat disumbangkan kepada FISIP UMSU khususnya Jurusan Ilmu Komunikasi dalam rangka memperkaya khasanah penelitian dan sumber bacaan.
- b. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya penelitian khususnya di bidang hubungan masyarakat (humas)
- c. Secara praktis, penelitian dapat memberikan masukan kepada lembaga-lembaga atau instansi terkait mengenai pentingnya peran humas dalam membentuk *image* atau pencitraan yang baik.

D. Sistematika Penulisan

Pada penulisan skripsi ini peneliti membuat suatu sistematika dengan membagi tulisan menjadi 5 (lima) bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN:

Pada bab ini peneliti menguraikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan pembatasan masalah.

BAB II URAIAN TEORITIS

Pada bab ini peneliti menguraikan teori-teori yang relevan tentang Komunikasi, Strategi komunikasi, Defenisi Humas, Media Massa

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menguraikan tentang deskripsi lokasi penelitian, metodologi penelitian serta analisis data

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti menguraikan tentang analisis data, proses pengumpulan data dan pengolahan data

BAB V PENUTUP

Pada bab ini peneliti menguraikan kesimpulan peneliti

BAB II

URAIAN TEORETIS

Setiap penelitian memerlukan kejelasan titik tolak atau landasan berpikir dalam memecahkan atau menyoroti masalahnya. Untuk itu, perlu disusun kerangka teori yang memuat pokok-pokok pikiran yang menggambarkan dari sudut mana masalah penelitian akan disoroti (Nawawi, 2005:39). Pelaksanaan penelitian membutuhkan kerangka teori sebagai pedoman dasar berpikir dan berfungsi untuk mendukung analisa variabel-variabel yang diteliti. Menurut Nawawi (2005:40), sebelum melakukan penelitian yang lebih lanjut, seorang peneliti perlu menyusun kerangka teori sebagai landasan untuk menggambarkan dari segi mana peneliti menyorot masalah yang telah dipilihnya.

A. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

1. Defenisi Hubungan Masyarakat

Keberadaan *public relations* di dalam sebuah organisasi atau perusahaan sangat diperlukan untuk menciptakan dan membangun citra positif perusahaan. Sesuai dengan fungsinya. *Public relations* merupakan kegiatan komunikasi yang terencana dan terselenggara antara organisasi atau perusahaan kepada public internal dan eksternal dengan maksud terjalinnya hubungan harmonis serta adanya saling pengertian dan kerjasama antara keduanya yang saling menguntungkan.

Lebih lanjut untuk mengetahui dan memahami *public relations* penulis akan mengemukakan beberapa pendapat mengenai definisi *public relations*.

Definisi *public relations* menurut E Combs-Nimmo dalam buku Propaganda baru yang diterjemahkan oleh Amalia (2014-212), diartikan sebagai berikut:

“*Public Relations* adalah fungsi komunikasi manajemen yang digunakan oleh organisasi untuk mengadaptasi, mengubah, ataupun mempertahankan lingkungan mereka untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.”

Setiap pengertian dalam definisi tersebut memperlihatkan aspek kunci dari *public relation*. Fungsi komunikasi mengusulkan agar komunikasi bukan menjadi satu-satunya alat vital, bagi beberapa aktifitas organisasi pengembangan, formulasi, produk dan penjualan produk, kebijaksanaan dan lain-lain.

Manajemen ditunjukan agar para spesialis yang bekerja dibawah supervisi managerial mengatur komunikasi publik. Organisasi mengimplikasikan bahwa hubungan masyarakat terutama dilaksanakan bagi aktivitas-aktivitas yang diorganisasikan. Asumsinya adalah bahan yang baik bagi organisasi maka baik juga bagi anggotanya, dan apa yang buruk bagi anggota dapat berarti buruk juga bagi organisasi. Adaptasi, perubahan, mempertahankan lingkungan menekan bahwa organisasi ada dalam konteks sosial, ekonomi, politik, teknologi, dan dalam konteks yang beragam. *Public relations* menggunakan ide-ide dan informasi untuk membantu pengadaptasian konteks, mempertahankannya atau mempertahankan keberadaan hal-hal tertentu.

Tujuan-tujuan dari sebuah organisasi dan usaha-usaha hubungan masyarakatnya “tidaklah saling berhubungan secara timbal balik”, tujuan-tujuan *public relations* merupakan konsekuensi dari tujuan-tujuan organisasi bukan sebaliknya, meskipun demikian seperti yang akan kita lihat tidak lama lagi.

Kadang-kadang hal ini dapat terjadi dan dengan konsekuensi yang tidak diharapkan.

Menurut Harlow yang dikutip oleh Ruslan (2012:17), dalam buku Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi adalah :

“Humas adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktifitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama ; melibatkan manajemen dalam persoalan/permasalahan, membantu manajemen mampu menanggapi opini public ; perubahan secara efektif ; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan menggunakan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama”.

Dari definisi diatas, bahwa *public relations* menekankan pada fungsi manajemen. Hal ini menunjukkan bahwa *public relations* erat kaitannya dengan manajemen, dimana seorang PRO mempunyai fungsi yang melekat dengan kegiatan manajemen, dalam arti didalam suatu system manajemen terkandung kegiatan *public relations* yang mempunyai kontribusi yang sangat penting untuk membantu dan memfungsikan kegiatan manajemen dalam membantu hal-hal yang berkaitan dengan upaya untuk menilai sikap public terhadap organisasinya. Hal ini memberikan konsekuensi bahwa *public relations* merupakan hal yang harus terlembaga atau institusional.

Definisi lain *Public Relations* menurut Jefkins yang diterjemahkan oleh Agung dan Sumiharti (2014:9) dalam bukunya *Public Relations* adalah :

“*Public Relations* adalah keseluruhan bentuk komunikasi yang terencana, baik itu keluar maupun kedalam, yakni antara suatu organisasi dengan publiknya dalam rangka mencapai tujuan yang spesifik atas dasar adanya saling pengertian”.

Dari definisi diatas dapat diambil pemahaman bahwa kegiatan *Public Relations* merupakan suatu bentuk komunikasi yang sasarannya adalah public didalam organisasi, dengan landasan saling pengertian sehingga tercipta kerjasama yang harmonis dalam rangka mencapai tujuan yang spesifik.

Public Relations secara umum merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh *goodwill*, kepercayaan, saling pengertian dan citra yang baik dari public atau masyarakat. Tentu saja untuk mencapai tujuan tersebut, kegiatan *Public Relations* harus diarahkan kepada upaya membina hubungan baik dengan publik-publik yang berkepentingan. Hubungan yang harmonis dapat terjalin dengan cara memberikan informasi yang jelas dan lengkap mengenai rencana kebijaksanaan, aktifitas, program kerja dan rencana usaha-usaha organisasi atau perusahaan berdasarkan harapan dan kegiatan-kegiatan public.

Sementara itu dalam pertemuan asosiasi-asosiasi *Public Relations* seluruh dunia di *Mexico City*, Agustus 1978, yang dikutip oleh Effendy (2016:7) dalam buku *Hubungan Masyarakat* menghasilkan pernyataan mengenai definisi PR sebagai berikut :

“Praktik Humas adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasehati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik kepentingan organisasi maupun kepentingan public atau umum”.

Definisi tersebut dapat diartikan pengertian yang tidak timbal balik itu masalah-masalah yang dihadapi organisasi, juga menuntut pengakuan dan penerimaan terhadap kebutuhan serupa kelompok yang mempunyai kepentingan didalamnya. Sedangkan pengertian komunikasi dalam *Public Relations* adalah proses dari kedua belah pihak, yang membutuhkan pengertian lewat mata, telinga, dan mulut. Usaha ini harus disadari penuh, ditentukan secara selektif, dan dilakukan secara bertahap dari waktu ke waktu.

2. Ciri-ciri Humas

Berfungsi tidaknya humas dalam sebuah organisasi dapat diketahui dari ada tidaknya kegiatan yang menunjukkan ciri-cirinya. Untuk memperoleh kejelasan mengenai ciri-ciri humas yang pokok (Effendy, 2016:31) yakni:

- a. Humas adalah kegiatan komunikasi dalam satu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik (*two way traf ic reciprocal communication*). ini berarti pada jalur pertama penyebaran informasi dan pada jalur kedua penyampaian tanggapan.
- b. Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi. Untuk mencapai tujuan daalm

teori manajemen, disebutkan bahwa prosesnya berlangsung melalui tahap-tahap yang terkenal dengan POAC, sebagai singkatan dari *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *Actuating* (Penggiatan), *Controlling* (Pengawasan). Dan unsur-unsur yang terlibat dalam proses yang bertahap secara berkesinambungan itu ialah apa yang dikenal dengan rumus Six M sebagai singkatan dari *Men* (Manusia), *Materials* (Bahan), *Machines* (Mesin), *Methods* (Metode), *Money* (biaya), dan *Market* (Pasar).

- c. Humas yang menjadi sasaran kegiatan adalah publik ekstern dan intern. Publik di dalam organisasi antara lain para karyawan dimana mereka diarahkan dan dikerahkan kepada pencapaian tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi, dimana perilaku individual setiap karyawan dibina sehingga sesuai, selaras, dan serasi dengan perilaku organisasi. Cara menggiatkannya dengan komunikasi, bukan dengan cara-cara lain di luar bidang komunikasi. Demikian pula kegiatan yang ditujukan kepada publik eksternal.
- d. Operasionalisasi humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik dan mencegah terjadinya rintangan psikologi, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun dari pihak publik. Istilah harmonis yang menjadi sifat hubungan yang harus dibina humas mengandung makna yang luas, yakni sikap menyenangkan (*favorable*), itikad baik (*goodwill*), toleransi (*tolerance*), saling

pengertian (*mutual understanding*), saling mempercayai (*mutual confidence*), saling menghargai (*mutual appreciation*), dan citra baik (*good image*).

Sedangkan menurut Philip Kotler ciri-ciri humas adalah sebagai berikut :

a. Kredibilitas yang tinggi

Berita dan gambar lebih otentik dan dapat dipercaya oleh pembaca dibandingkan dengan iklan.

b. Kemampuan menangkap pembeli yang tidak terduga.

Hubungan masyarakat dapat menjangkau banyak pembeli yang cenderung menghindari wiraniaga dan iklan. Pesan oleh pembeli yang lebih sebagai berita, bukan sebagai komunikasi bertujuan penjualan.

c. Dramatisasi

Seperti halnya periklanan, humas memiliki kemampuan untuk mendramatisasi suatu perusahaan atau produk. (Teguh dan Rusli, 2000 : 224)

3. Fungsi Humas

Mengenai konsep fungsional humas, Scott M. Cutlip dan Allen Center dalam bukunya, *Effective Public Relations*, (Effendy, 2011 : 43) memberikan penjelasan sebagai berikut:

- a. Memudahkan dan menjamin arus opini yang bersifat mewakili dari publik-publik organisasi, sehingga kebijakan beserta operasionalisasi organisasi dapat dipelihara keserasiannya dengan ragam kebutuhan dan pandangan publik-publik tersebut.
- b. Menasehati manajemen mengenai jalan dan cara menyusun kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi untuk dapat diterima secara maksimal oleh publik.
- c. Merencanakan dan melaksanakan program program yang dapat menimbulkan penafsiran yang menyenangkan terhadap kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi.

Sedangkan menurut Rachmadi (2012:21) fungsi pokok public relations adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai alat untuk mengerti memahami sikap dan mengetahui apa yang harus dan tidak boleh dilakukan oleh perusahaan untuk merubah sikap mereka.
- b. Sebagai suatu program aksi untuk mencapai tujuan yang ditentukan. Fungsi public relations banyak mendukung fungsi pemasaran, karena citra produk atau jasa yang sudah dibina lewat promosi dapat lebih ditingkatkan melalui strategi komunikasi humas. Secara sederhana public relations itu dapat diibaratkan sebagai pembuka saluran

pemasaran lewat instrumen promosi, iklan dan publisitas yang berjalan di atasnya

4. Manfaat Humas

Menurut Frank Jefkins (2014:28) dalam bukunya *Public Relations* manfaat dari *public relations* adalah sebagai berikut :

- a. Menciptakan dan memelihara citra yang baik dan dapat tepat atas organisasinya di dalam kaitannya dengan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.
- b. Membantu pendapat umum mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan citra, kegiatan organisasi maupun kepentingan organisasi dan menyampaikan suatu informasi secara langsung kepada manajemen perusahaan.
- c. Memberi nasehat dan masukan kepada manajemen perusahaan mengenai berbagai masalah komunikasi yang sedang terjadi dan sekaligus mengenai cara penanganannya.
- d. Menyediakan berbagai jasa informasi kepada publik, mengenai kebijakan perusahaan, produk, jasa personil selengkap mungkin untuk menciptakan suatu pengetahuan yang maksimal dan mencapai pengertian publik.

Berdasarkan manfaat humas tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa fungsi dan tujuan utama humas adalah mengamankan perusahaan demi tercapainya citra ditengah-tengah berbagai publik, dalam kedudukan mereka non bisnis, bukan dalam kedudukan sebagai calon pembeli.

5. Jenis-jenis Pelayanan Dasar Humas

Dalam rangka menggalakkan fungsi humas di perusahaan, Charles H. Prout dalam karyanya, berjudul “*Organization and Function of the Corporate Public Relations Departement*”, yang dimuat dalam buku *Lesly’s Public Relations Handbook* (Effendy, 2016:55)., mengatakan adanya empat jenis pelayanan dasar yang harus dipraktekkan, yakni :

a. Nasihat (*advise and counsel*)

Nasihat perlu diberikan oleh humas mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan kehumasan, baik kepada manajemen perusahaan maupun kepada manajemen biro atau bagian lain. Oleh karena humas itu merupakan fungsi staf, maka nasihat yang disampaikan kepada manajer perusahaan tidak menyangkut kebijaksanaan dan keputusan perusahaan yang mendasar, melainkan hal-hal yang berkaitan dengan operasionalisasi ketika suatu masalah dijumpai.

b. Pelayanan komunikasi (*communication service*)

Pelayanan komunikasi memang merupakan tugas humas. Yang dikomunikasikan ialah informasi mengenai perusahaan dan segala

kegiatannya kepada berbagai publik yang berkepentingan melalui media yang tepat. Kegiatan komunikasi ke luar tidak hanya terbatas pada pengirim *news release* ke media massa, tetapi juga yang mengandung motif melalui booklet, periklanan, atau dalam bentuk pidato. Singkatnya, kegiatan yang merupakan upaya membuat publik tahu dengan berbagai cara yang pantas dalam situasi individual.

c. Pengkajian humas (*public relations research*)

Jika pelayanan komunikasi merupakan penyebaran informasi dari dalam ke luar, pengkajian humas atau *public relations research* merupakan komunikasi dari luar ke dalam ; dengan lain perkataan, penelahaan terhadap opini publik yang berpengaruh kepada perusahaan. Hal ini bukan saja yang menyangkut peristiwa-peristiwa dalam bentuk tekanan-tekanan yang bersifat sosio-politik (*socio-political pressure*), tetapi juga undang-undang dan peraturan-peraturan pemerintah yang berkaitan dengan dan berpengaruh kepada perusahaan.

d. Promosi humas (*public relations promotion*)

Dalam perusahaan kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh humas amat menunjang upaya pencapaian tujuan, tentunya dalam peningkatan produksi, yang pada gilirannya berupa keuntungan finansial. Pada kegiatan inilah para kahumas diuji kemampuannya, terutama kreativitas dalam mengembangkan *goodwill* publik kepada perusahaan. Pada aspek humas inilah akan dapat diketahui sejauhmana derajat penguasaan kehumasan

yang dimiliki para pengelolanya, sebab jenis-jenis publik yang menjadi sasarannya, misalnya para pelanggan, pemegang saham, komunitas atau masyarakat sekitar, media massa, dan lain-lain, memerlukan teknik-teknik khusus untuk menghadapinya

6. Pengertian Strategi Komunikasi Humas

Humas bukan sekedar menjual senyum, propaganda dengan tujuan memperoleh kemenangan sendiri. Lebih dari itu, humas mengandalkan strategi, yakni agar perusahaan disukai dan dipercaya oleh pihak-pihak yang berhubungan, disebut target publik agar mereka semua dapat membentuk opini didalam masyarakat dan dapat mengangkat citra perusahaan. Maka dari itu humas merupakan suatu fungsi manajemen yang melakukan komunikasi untuk menimbulkan pemahaman dan penerimaan dari humas dilakukan untuk tujuan strategis, yaitu untuk membaca rintangan yang muncul dari luar serta dapat mengatasinya agar sasaran perusahaan dapat tercapai.

Humas memberikan sumbangan yang sangat besar bagi perusahaan dengan mengembangkan hubungan-hubungan harmonis dengan sasaran publiknya. Pearce dan Robinson mengembangkan langkah-langkah strategi komunikasi humas sebagai berikut (Renald Kasali, 2000 : 43) :

- a. Menentukan misi perusahaan. Termasuk didalamnya dalam pernyataan yang umum mengenai maksud pendirian, filosofi dan sasaran perusahaan.

- b. Mengembangkan profil perusahaan (*company profile*) yang mencerminkan kondisi internal perusahaan dan kemampuan perusahaan yang dimilikinya.
- c. Penilaian terhadap lingkungan eksternal perusahaan, baik dari segi semangat kompetitif maupun secara umum.
- d. Analisa terhadap peluang yang tersedia pada lingkungan.
- e. Identifikasi atas pilihan yang di kehendaki yang tidak dapat digenapi untuk memenuhi tuntutan misi perusahaan.
- f. Pemilihan strategi atas objektif jangka panjang dan garis besar strategi yang dibutuhkan untuk mencapai objektif tersebut.
- g. Mengembangkan objektif tahunan dan rencana jangka pendek yang selaras dengan objektif jangka panjang dan garis besar objektif.
- h. Implementasi atas hal-hal di atas dengan menggunakan sumber tercantum pada anggaran dan menyatukan rencana tersebut dengan sumber daya manusia, struktur, teknologi, dan sistem balas jasa yang memungkinkan.
- i. Review dan evaluasi atas hal-hal yang telah dicapai dalam setiap periode jangka pendek sebagai suatu proses untuk melakukan kontrol dan sebagai masukan bagi pengambilan keputusan dimasa yang akan datang.

B. Pola Komunikasi Humas (Hubungan Masyarakat)

Pola komunikasi humas dalam suatu organisasi pada prinsipnya adalah bahwa setiap bagian harus melakukan komunikasi dengan berbagai pihak untuk untuk mencapai tujuannya. Setiap bentuk organisasi, pendekatan dalam melakukan kegiatan komunikasi yang dipakai antara satu organisasi dengan organisasi yang lain tidaklah sama, masing-masing mempunyai karakter yang satu dengan lainnya memiliki variasi berbeda-beda. Untuk setiap karakter organisasi, misalnya dalam bentuk perusahaan, sangatlah bergantung pada skala besar kecilnya perusahaan tersebut. Jika perusahaan hanya memiliki beberapa orang karyawan, maka penyampaian informasi dapat dilakukan secara langsung kepada para karyawan tersebut. Lain halnya dengan perusahaan besar yang memiliki ratusan bahkan ribuan karyawan, maka penyampaian informasi kepada mereka menurut Nesia (2014:61) merupakan suatu pekerjaan yang mungkin sangat kompleks dan memerlukan kemampuan sumber daya manusia untuk dapat membuat konsep dalam menentukan jaringan komunikasi yang efektif dan efisien di lingkungan perusahaan.

Komunikasi humas merupakan suatu proses yang mencakup suatu pertukaran fakta, pandangan-pandangan, dan gagasan di antara suatu bisnis atau organisasi tanpa laba dengan publik-publiknya untuk mencapai saling pengertian. Ada tiga butir penting yang perlu dipertimbangkan: pertama, komunikasi harus melibatkan dua orang atau lebih, kedua, komunikasi merupakan pertukaran informasi yang bersifat dua arah ketiga, mengandung

pemahaman. Sebuah pengumuman yang di pasang di papan pengumuman bukan merupakan komunikasi. Bila pengumuman tadi telah dibaca dimengerti, dan ditanggapi, maka pengumuman itu bisa disebut komunikasi dikatakan efektif jika suatu gagasan dapat berpindah dari benak seseorang ke benak orang lainya (Moore, 2015:86).

Menurut T. May Rudy (2015:89), dalam bukunya menyatakan bahwa hal ini mencakup kegiatan pembinaan dan penyelenggaraan hubungan komunikasi dua arah dengan instansi-instansi pemerintah (pemerintah daerah/ provinsi/ kabupaten/ kota, pihak kepolisian, dinas tenaga kerja, dinas perindustrian, dinas pariwisata, dan lembaga lainnya), upaya-upaya perolehan informasi aktual dari berbagai instansi terkait.

a. Komunikasi internal

Fungsi komunikasi internal menurut Moore (2015:88-89) adalah mengusahakan agar para karyawan mengetahui apa yang sedang dipikirkan manajemen dan mengusahakan agar manajemen mengetahui apa yang sedang dipikirkan karyawan. Komunikasi internal menimbulkan problema pelik. Komunikasi dari manajemen kepada karyawan dalam sebuah organisasi besar harus melalui beberapa tahap otoritas. Dalam proses penyampaian, makna dari suatu pesan seringkali disalahartikan. Para pengawas dan pekerja sering kali menginterpretasikan suatu komunikasi yang berbeda-beda tergantung pada latar belakang sikap dan pengalaman masing-masing.

b. Komunikasi eksternal

Komunikasi eksternal menurut Moore (2015:88-89) dari manajemen dengan berbagai jenis publiknya menunjukkan problema yang sama pertambahan penduduk telah meningkatkan ukuran kebanyakan ukuran kebanyakan kelompok yang pada gilirannya meningkatkan problema komunikasi pula. Biaya komunikasi massa telah bertambah sedemikian besarnya sehingga banyak perusahaan yang tidak mampu menggunakan program informasi kepada umum secara komprehensif.

c. Komunikasi Publik (*Public Communication*)

Komunikasi publik menurut Cangara (2013:34) biasa disebut komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, publik speaking dan komunikasi khalayak (*audience communication*). Apapun namanya, komunikasi publik menunjukkan suatu proses komunikasi dimana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang lebih besar. Komunikasi publik memiliki ciri komunikasi interpersonal (pribadi), karena berlangsung secara tatap muka, tetapi terdapat beberapa perbedaan yang cukup mendasar sehingga memiliki ciri masing-masing. Dalam komunikasi publik penyampaian pesan berlangsung secara kontinue. Dapat diidentifikasi siapa yang berbicara (sumber) dan siapa pendengarnya. Interaksi antara sumber dan penerima sangat terbatas, sehingga tanggapan balik juga terbatas. Hal ini disebabkan karena waktu yang digunakan sangat terbatas, dan jumlah khalayak

relatif besar. Sumber seringkali tidak dapat mengidentifikasi satu-persatu pendengarnya.

Berdasarkan uraian yang ada, kita mengetahui humas itu adalah suatu bentuk kegiatan dan sekaligus juga merupakan proses komunikasi. Oleh karenanya diperlukanlah suatu tahap yang memungkinkan proses dan kegiatan humas itu dapat berjalan.

C. Tinjauan Tentang Membangun Citra

Pada umumnya humas menekankan tujuan pada aspek citra, untuk menjelaskan hal tersebut, akan dikaji pengertian citra. Citra dalam bahasa Inggris dikenal dengan nama image. Image dalam bahasa komunikasi adalah "*the picture in our head*" (gambar yang ada dalam kepala kita). Gambar di sini maksudnya adalah "*mental picture*" (gambar mental), yakni gambar mental yang mengandung unsur positif dan negatif, sedangkan menurut Frank Jefkins Citra (*image*) didefinisikan sebagai "Kesan, gambaran atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya) atas sosok keberadaan, berbagai kebijakan, personil, produk atau jasa dari suatu organisasi atau perusahaan (Ruslan, 2015:66).

Humas adalah bidang yang berkaitan dengan mengelola citra dan reputasi seseorang maupun sebuah lembaga di mata publik. Profesi humas bekerja di wilayah publik untuk membentuk fungsi komunikasi, hubungan masyarakat, manajemen krisis, hubungan pelanggan, hubungan karyawan, urusan

pemerintahan, hubungan industri, hubungan investor, hubungan dengan media, mediasi, publisitas, pidato menulis, dan pengujung hubungan

1. Jenis Citra

Ada beberapa jenis citra (*image*) (Jefkins, 2014:362) . Pada bagian ini kita akan mempelajari ilmu jenis citra, yakni: citra bayangan (*mirror image*), citra yang berlaku (*current image*), citra yang diharapkan (*wish image*), citra perusahaan (*corporate image*), serta citra majemuk (*multiple image*)

a. Citra Bayangan

Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi biasanya adalah pemimpinnya mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya. Dalam kalimat lain, citra bayangan adalah citra yang dianut oleh seorang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya. Citra ini seringkali tidaklah tepat, bahkan hanya sekedar ilusi, sebagai akibat dari tidak memadainya informasi, pengetahuan ataupun pemahaman yang dimiliki kalangan dalam organisasi itu mengenai pendapat atau pandangan pihak-pihak luar. Dalam situasi yang biasa, sering muncul fantasi „semua orang menyukai kita“. Hal ini merupakan suatu kecenderungan yang wajar, karena hampir semua orang memang menyukai fantasi. Namun, melalui penelitian yang mendalam mengenai citra akan segera terungkap bahwa citra bayangan itu hampir selalu tidak tepat, atau tidak sesuai dengan kenyataan yang sesungguhnya.

b. Citra yang berlaku

Kebalikan dan citra bayangan, citra yang berlaku (*current image*) ini adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi. Namun sama halnya dengan citra bayangan, citra yang berlaku tidak selamanya, bahkan jarang, sesuai dengan kenyataan karena semata-mata terbentuk dari pengalaman atau pengetahuan orang-orang luar yang biasanya serba terbatas, biasanya pula citra ini cenderung negatif. Humas memang menghadapi dunia yang bersifat memusuhi, penuh prasangka, apatis, dan diwarnai keacuhan, yang mudah sekali menimbulkan suatu citra yang tidak adil. Citra ini sepenuhnya ditentukan oleh banyak-sedikitnya informasi yang dimiliki oleh mereka yang mempercayainya.

Dalam dunia dan kehidupan yang serba sibuk, sulit diharapkan mereka akan memiliki informasi yang memadai dan benar mengenai suatu organisasi dimana mereka tidak menjadi anggotanya. Sebagai contoh, orang-orang asing sulit diharapkan memiliki pemahaman terhadap suatu Negara yang sama baiknya dengan pemahaman penduduk Negara dunia ketiga.

c. Citra yang Diharapkan

Citra harapan (*wish image*) adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Citra ini juga tidak sama dengan citra yang sebenarnya. Biasanya citra yang diharapkan itu lebih baik atau lebih menyenangkan dari pada citra yang ada; walaupun dalam keadaan tertentu, citra yang terlalu baik juga bisa merepotkan. Namun secara umum, yang disebut sebagai citra harapan itu memang

sesuatu yang berkonotasi lebih baik. Sebagai contoh. Ketika Gordon Selfridge membuka pasar swalayan di Oxford Street, London, beberapa tahun lampau, ia menghendaki agar orang-orang berpikir, bahwa pasar swalayan tersebut merupakan suatu tempat yang cocok untuk berjalan-jalan setiap harinya yakni suatu tempat yang penuh hiburan dan serba menyenangkan, dari pada tempat yang membosankan. Citra yang di harapkan itu biasanya dirumuskan dan diterapkan untuk sesuatu yang relatif baru, ketika khalayak belum memiliki informasi yang memadai mengenainya.

d. Citra Perusahaan

Apa yang dimaksud dengan citra perusahaan (ada pula yang menyebutnya sebagai citra lembaga) adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya. Citra perusahaan ini terbentuk dari banyak hal, seperti sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan dan stabilitas di bidang keuangan, kualitas produk, keberhasilan ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja, kesediaan turut memikul tanggung jawab sosial, dan komitmen mengadakan riset. Mark and spencer memiliki suatu citra perusahaan yang cemerlang dan sudah memperoleh pengakuan internasional. Suatu citra perusahaan yang positif jelas menunjang usaha Humas keuangan. Sebagai contoh, suatu badan usaha yang memiliki citra perusahaan positif pasti lebih mudah menjual sahamnya.

e. Citra Majemuk

Banyaknya jumlah pegawai (individu), cabang. Atau perwakilan dari sebuah perusahaan atau organisasi dapat memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan tersebut secara keseluruhan. Jumlah citra yang dimiliki suatu perusahaan boleh dikatakan sama banyaknya dengan jumlah pegawai yang dimilikinya. Untuk menghindari berbagai hal yang tidak diinginkan, variasi citra harus ditekan seminimal mungkin dan citra perusahaan secara keseluruhan harus ditegakkan. Banyak cara untuk melakukan hal itu, antara lain dengan mewajibkan semua karyawan mengenakan pakaian seragam, menyamakan jenis dan warna mobil dinas, simbol, lencana, pelatihan staf, bentuk bangunan atau interior toko yang khas, desain papan nama tokoh interior, dan materi display seperti yang terlihat dalam toko yang memiliki banyak cabang (chain stores). Contoh perusahaan yang sering menggunakan metode tersebut adalah maskapai penerbangan. Segala sesuatu yang berkenaan dengan maskapai sengaja dibuat sedemikian rupa agar benar-benar khas demi mengukuhkan identitas perusahaan. Logo di ekor pesawat dan warna cat di tubuh pesawat selalu diupayakan, semenarik, seramah, seindah, dan sekhas mungkin. Demikian pula dengan model dan warna seragam pramugari dan pegawai-pegawai lainnya. Semuanya itu sengaja diusahakan untuk menunjang dan mempromosikan identitas perusahaan.

f. Citra yang Baik dan Buruk

Suatu citra yang lebih baik sebenarnya bisa dimunculkan kapan saja, termasuk di tengah terjadinya musibah atau sesuatu yang buruk. Caranya adalah dengan menjelaskan secara jujur apa yang terjadi penyebabnya, baik itu informasi yang salah atau suatu perilaku yang keliru. Usaha pemolesan suatu citra merupakan penyalahgunaan humas. Kalangan manajemen (pimpinan perusahaan) dan pejabat pemasaran mereka yang sering membeli dan menyalahgunakan jasa-jasa humas sehingga merusak nama baik dunia humas acapkali memiliki suatu pemikiran yang keliru bahwa pemolesan citra itu merupakan suatu usaha yang sah-sah saja. Tentu hal ini tidak bisa dibenarkan. Dalam menegakkan kredibilitas humas maka segala macam usaha pemolesan citra harus dihindari. Kalaupun ada keuntungan jangka pendek, seringkali dalam jangka panjang hal itu akan merugikan. Hal ini perlu disadari mengingat media massa cenderung mencurigai humas. Untuk membentuk mental picture yang positif/favorable image dari publik terhadap perusahaan/organisasi itu sangat sulit, oleh karena itu jika suatu organisasi ingin mendapatkan favorable image, harus mempunyai suatu badan yang menggarapnya yaitu humas (dengan cara menyebarluaskan/mempromosikan organisasi kita melalui media massa seperti TV, Surat kabar, Radio, Film dan sebagainya).

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian menggunakan deskriptif kualitatif dengan metode analitis. Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2010:4) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah “prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati”. Penelitian kualitatif bertumpu pada latar belakang alamiah secara holistik, memposisikan manusia sebagai alat penelitian, melakukan analisis data secara induktif, lebih mementingkan proses daripada hasil penelitian yang dilakukan disepakati oleh peneliti dan subjek penelitian

Ditinjau dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2007:6).

Adapun jenis pendekatan penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data. Menurut Sugiyono (2013:13) penelitian deskriptif yaitu, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel

mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

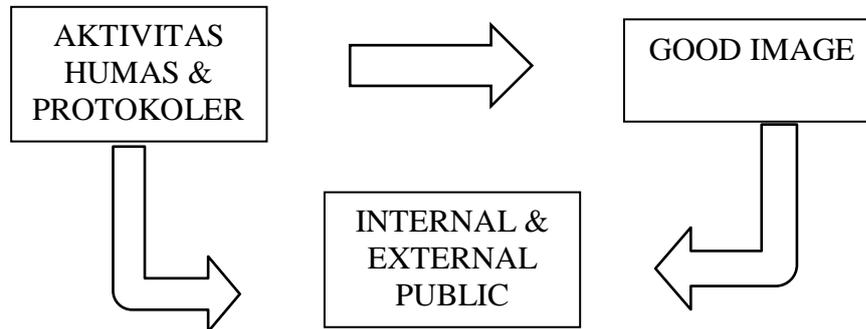
Terdapat ciri-ciri yang pokok pada metode deskriptif, antara lain adalah (Sugiyono, 2013: 21)

- a. Memusatkan perhatian pada permasalahan yang ada pada saat penelitian dilakukan atau permasalahan yang bersifat aktual
- b. Menggambarkan fakta tentang permasalahan yang diselidiki sebagaimana adanya, diiringi dengan interpretasi rasional yang seimbang.
- c. Pekerjaan peneliti bukan saja memberika gambaran terhadap fenomena-fenomena, tetapi juga menerangkan hubungan, menguji hipotesis, membuat prediksi, serta mendapatkan makna dan implikasi dari suatu masalah.

2. Kerangka Konsep

Konsep yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah Aktivitas Biro Humas Dan Protokoler Kabupaten Gayo Lues. Agar konsep tersebut dapat dijelaskan maka kerangka konsep dirangkum dalam sebuah gambar yang mewakili pola pemikiran sebagai berikut:

Gambar 3.1
Kerangka Konsep



3. Definisi Konsep

Definisi Konsep adalah generalisasi dari sekelompok fenomena tertentu, sehingga dapat dipakai untuk menggambarkan berbagai fenomena yang sama.” Konsep merupakan suatu kesatuan pengertian tentang suatu hal atau persoalan yang dirumuskan. Dalam merumuskan kita harus dapat menjelaskannya sesuai dengan maksud kita memakainya.

- a. Aktivitas Humas & Protokoler adalah semua kegiatan yang berhubungan dengan usaha untuk menciptakan image yang baik kepada masyarakat (baik itu internal dan external)
- b. *Good Image* adalah gambaran yang dimunculkan oleh sebuah perusahaan/lembaga yang dibuat oleh Humas tersebut. Suatu citra yang lebih baik sebenarnya bisa dimunculkan kapan saja, termasuk di tengah terjadinya musibah atau sesuatu yang buruk. menjelaskan secara jujur apa yang terjadi penyebabnya, baik itu informasi yang salah atau suatu perilaku yang keliru

- c. *Internal* dan *External Public* adalah public yang berada di dalam dan di luar organisasi/perusahaan. Publik ini yang menjadi target aktivitas humas untuk menciptakan citra yang baik.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk kelancaran dalam pelaksanaan kegiatan penelitian, peneliti merasa perlu memperoleh data-data yang dapat memudahkan peneliti melakukan penelitian. Sumber data penelitian ini didapatkan melalui data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang berdasarkan pada pemilihan langsung pada objek yang diteliti untuk memperoleh data primer dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- 1) Dokumentasi, yaitu pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian yang sedang diteliti atau melihat apa saja yang terjadi terhadap objek yang sedang diteliti tersebut.
- 2) Wawancara yang mendalam (*Deep Interview*) yakni metode untuk mengumpulkan data dengan cara mengajukan pertanyaan yang sudah disusun kepada informan-informan

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan bahan-bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan-bahan berupa: buku-buku, jurnal, makalah, artikel dan berbagai tulisan lainnya yang menyangkut dengan penulisan ini

5. Narasumber Penelitian

Peneliti juga mendapatkan informasi dari narasumber yang tentunya sudah dijamin kebenaran informasinya. Adapun yang menjadi nara sumber dalam penelitian ini adalah:

- a. Kepala Biro Humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues : 1 Orang
- b. Staff Kabupaten Gayo Lues : 4 orang

6. Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi menunjukkan bagaimanacara mengukur sesuatu variabel penelitian sehingga diketahui dengan benar apa yang menjadi kategorisasi di dalam penelitian dan untuk menganalisa dari variabel tersebut adalah sebagai berikut: Aktivitas humas & protokoler kategorisasi penelitian nya adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1

No	Konsep Teoritis	Konsep Operasional
1.	<p style="text-align: center;">Aktivitas Humas dan Protokoler</p>	<p>Internal :</p> <p>a. Menciptakan dan memelihara citra</p>

		<p>yang baik dan dapat tepat atas organisasinya di dalam kaitannya dengan pembinaan dan pengembangan pada instansi dan aparatur di Kabupaten Gayo Lues.</p> <p>b. Memberikan kontribusi berupa masukan kepada jajaran dalam organisasi manajemen pada pada instansi dan aparatur di Kabupaten Gayo Lues dan menjembatani berbagai masalah komunikasi yang sedang terjadi dan sekaligus mengenai cara penanganannya.</p> <p>Eksternal :</p> <p>a. Membantu pendapat umum mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan citra, kegiatan organisasi maupun kepentingan organisasi dan menyampaikan suatu informasi secara langsung kepada manajemen perusahaan.</p> <p>b. Menyediakan berbagai jasa informasi kepada publik,</p>
--	--	---

		<p>mengenai kebijakan perusahaan, produk, jasa personil selengkap mungkin untuk menciptakan suatu pengetahuan yang maksimal dan mencapai pengertian publik.</p>
2.	<p><i>Good image</i> (Pencitraan lembaga yang baik)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, • keberhasilan dan stabilitas di bidang keuangan, • kualitas produk, • keberhasilan ekspor, • hubungan industri yang baik, • reputasi sebagai pencipta lapangan kerja, • kesediaan turut memikul tanggung jawab sosial, dan komitmen mengadakan riset

7. Teknik Analisa Data

Data dalam metode Kualitatif mencerminkan interpretasi yang dalam dan menyeluruh atas fenomena tertentu. Data dikelompokkan dalam kelas-kelas tidak menurut angka-angka (Mikkelsen, 2003:318). Maleong mendefinisikan analisis data sebagai proses pengorganisasian dan mengurutkan data kedalam pola, kategori dan satuan uraian dasar dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Kriyantono, 2007:163).

Penelitian ini menggunakan teknik analisa data kualitatif yang merupakan pengukuran dengan menggunakan data nominal yang menyangkut klasifikasi atau kategori sejumlah variabel ke dalam beberapa sub kelas nominal. Melalui pendekatan kualitatif, data yang diperoleh dari lapangan diambil kesimpulan yang bersifat khusus kepada yang bersifat umum kemudian disajikan dalam bentuk narasi. Melalui metode kualitatif kita dapat mengenal subyek penelitian secara pribadi dan melihat mereka mengembangkan defenisi mereka sendiri tentang dunia dan komunikasi yang mereka lakukan. Metode kualitatif memungkinkan kita menyelidiki konsep-konsep yang dalam pendekatan lainnya akan hilang (Bogdan, 2002:5)

B. Sekilas Tentang Lokasi Penelitian

Ibukota : Blang Kejeren.

Batas Daerah	: Sebelah Utara berbatasan dengan kab.Aceh Tengah, Kab.Nagan Raya, Kab.Aceh Timur. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kab.Aceh Tenggara, Kab Aceh Barat Daya. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Aceh Barat Daya. Sebelah Timur berbatasan dengan Aceh Tamiang, Kab.Langkat (Prov.Sumut)
Luas	: ± 5.719.58 km ²
Letak Koordinat	: 96° 43' 24" - 97°55' 24" BT dan 03° 40' 26" - 40° 16'55" LU
Kecamatan	: 11
Mukim	: 25
Desa/kelurahan	: 144/0

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

A, Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Profil Kabupaten Gayo Lues

Kabupaten Gayo Lues terletak pada garis $03^{\circ} 40'26''$ – $40^{\circ} 16'55''$ LU dan garis bujur $96^{\circ} 43'24''$ – $97^{\circ} 55'24''$ BT, dengan luas wilayah $5.549,91 \text{ km}^2$.

Ibukota Kabupaten Gayo Lues adalah Blangkejeren, secara administrasi terdiri atas 11 (sebelas) Kecamatan.

Secara administrasi Kabupaten Gayo Lues sesuai dengan Undang-undang Nomor 4 Tahun 2002 tentang pembentukan Kabupaten Gayo Lues mempunyai batas-batas sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Aceh Tengah, Kabupaten Aceh Timur dan Aceh Tamiang;
- b. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Aceh Tamiang dan Kabupaten Langkat Prov. Sumatera Utara;
- c. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Aceh Tenggara, Kabupaten Aceh Selatan dan Aceh Barat Daya;
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Aceh Barat Daya, Kabupaten Nagan Raya dan Kabupaten Aceh Selatan.

Secara administratif Kabupaten Gayo Lues terdiri atas 11 kecamatan, 25 kemukiman, 144 kampung. Luas wilayah kecamatan terbesar adalah Kecamatan Pining dengan luas wilayah 1617,14 km² (28,27% dari luas wilayah keseluruhan), dan kecamatan dengan luas wilayah terkecil adalah Kecamatan Blangkejeren yang juga sebagai pusat pemerintahan dengan luas wilayah sebesar 158,74 km² (2,78% dari total luas wilayah keseluruhan). Berikut dirinci luas wilayah Kabupaten Gayo Lues menurut kecamatan (km²).

Kabupaten Gayo Lues adalah wilayah yang berada di ketinggian 500-2000 m di atas permukaan laut, yang fisiografis wilayahnya didominasi daerah perbukitan dan pegunungan. Atas alasan ini pula kabupaten ini mendapat julukan “Negeri Seribu Bukit”. Kabupaten yang berhawa dingin dengan suhu dapat mencapai 15⁰ celcius ini memiliki topografi wilayah yang rata-rata kemiringan lahannya berkisar antara 25-40%.

Suku Gayo hanya satu di permukaan bumi ini. Gayo Lues, Gayo Alas, Gayo Laut, dan Gayo Serbejadi terjadi karena perbedaan tempat tinggal saja. Kalau ada terdapat perbedaan di antara Gayo di atas, hal itu akibat pengaruh lingkungan dan geografis. Bagi saya, perbedaan itu adalah asset budaya Gayo.

Jika suku Gayo bercita-cita untuk menjadi suku yang maju dan dapat menjawab tantangan zaman adalah harus bersatu. Tidak melihat perbedaan, tetapi lebih melihat persamaan, sehingga dapat membangun masa depan yang gemilang. Suku Gayo menjadi suku yang harus diperhitungkan untuk membangun bangsa dan negara Republik Indonesia yang sedang menangis ini.

Salah satu upaya adalah menggali potensi budaya, sehingga dapat menumbuhkan kepribadian yang utuh dan mapan. Dapat menjadi acuan atau pedoman dalam usaha menyusun langkah dan strategi untuk menghadapi masa depan yang cerah. Sangat sesuai dengan semangat otonomi daerah (suatu perubahan sistem dari sentralisasi menjadi desentralisasi).

Untuk memenuhi harapan di atas, di samping harapan panitia kongres ini, saya mencoba untuk menyusun sebuah makalah yang sangat sederhana tentang Orientasi dan sejarah Gayo secara ringkas. Hal ini sangat menarik karena kita selalu menghadapi persoalan dan tantangan tentang eksistensi kepribadian dan martabat suku Gayo di tanah tumpah darah sendiri. Makalah yang sangat sederhana ini, dapat kiranya menjadi bahan diskusi di dalam kongres ini. Semoga keberadaan suku Gayo dapat kita pahami secara global maupun secara substansi, terutama oleh generasi Gayo masa kini dan mendatang.

Kabupaten Gayo Lues secara umum sama dengan wilayah lainnya di Indonesia yang beriklim tropis dan bertemperatur sedang. Adapun curah hujan rata-rata di bawah 3.000 mm per tahun dan hari hujan di bawah 150 hari per tahun.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat Tabel 4-1.

Tabel 4.1
Nama dan Luas Kecamatan

NO	KECAMATAN	IBUKOTA	LUAS (HA)	PERSENTASE (%)
1	Tripejaya	Rerebe	43.712,73	7,88
2	Terangun	Terangun	67.180,27	12,10
3	Rikit Gaib	Ampa Kolak	26.407,84	4,76
4	Putri Betung	Gumpang	99.686,09	17,96
5	Pining	Pining	135.008,35	24,33
6	Pantan Cuaca	Kenyaran	29.506,51	5,32
7	Kutapanjang	Kutapanjang	26.952,72	4,86
8	Dabun Gelang	Badak Bur Jumpe	44.471,13	8,01
9	Blangpegayon	Cinta Maju	27.218,09	4,90
10	Blangkejeren	Blangkejeren	16.605,63	2,99
11	Blangjerango	Buntul Gemunyang	38.241,70	6,89
Jumlah			554.991,06	100,00

Sumber : RTRW Kab.Gayo Lues Tahun 2012 - 2032

Kabupaten Gayo Lues

2. Gambaran Demografi

Penduduk Kabupaten Gayo Lues terdiri dari beberapa suku antara lain, suku Gayo sebagai suku asli, suku Alas, Jawa, Minang, Batak dan suku lainnya dalam jumlah kecil sebagai pendatang. Jumlah penduduk Kabupaten Gayo Lues pada tahun 2019 sebanyak 86.782 jiwa.

Pada tahun 2019 kepadatan penduduk (dihitung terhadap luas peruntukan permukiman) rata-rata sebesar sekitar 11 jiwa/ha. Penduduk Kabupaten Gayo Lues tersebar pada 11 kecamatan dengan angka kepadatan penduduk bervariasi.

Kepadatan tertinggi terjadi di Pining dan terendah Kecamatan Terangun. Untuk lebih jelasnya mengenai jumlah dan kepadatan penduduk di Kabupaten Gayo Lues Tahun 2009 dapat dilihat pada Tabel 4.2

TABEL 4 - 2
KEPADATAN PENDUDUK KABUPATEN GAYO LUES TAHUN 2009

NO.	KECAMATAN	Luas Wilayah (Ha)	Luas Permukiman (Ha)	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Kepadatan Penduduk (Jiwa/Ha)	
					Kepadatan Kotor	Kepadatan Bersih
1.	Blangkejeren	43.712,73	1.193,18	23.357	0,53	20
2.	Kuta Panjang	67.180,27	445,53	8.281	0,12	19
3.	Terangun	26.407,84	3.812,58	8.276	0,31	2
4.	Rikit Gaib	99.686,09	84,19	5.149	0,05	61
5.	Pining	135.008,35	51,45	4.852	0,04	94
6.	Blang Jerango	29.506,51	262,48	7.804	0,26	30
7.	Blang Pegayon	26.952,72	360,58	5.186	0,19	14
8.	Dabun Gelang	44.471,13	875,32	5.508	0,12	6
9.	Putri Betung	27.218,09	176,77	8.007	0,29	45
10.	Pantan Cuaca	16.605,63	268,76	3.906	0,24	15
11.	Tripe Jaya	38.241,70	270,90	6.456	0,17	24
Jumlah		554.991,06	7.801,74	86.782	0,16	11

Sumber: Dokumen Pemeritahan Gayo Lues tahun 2019

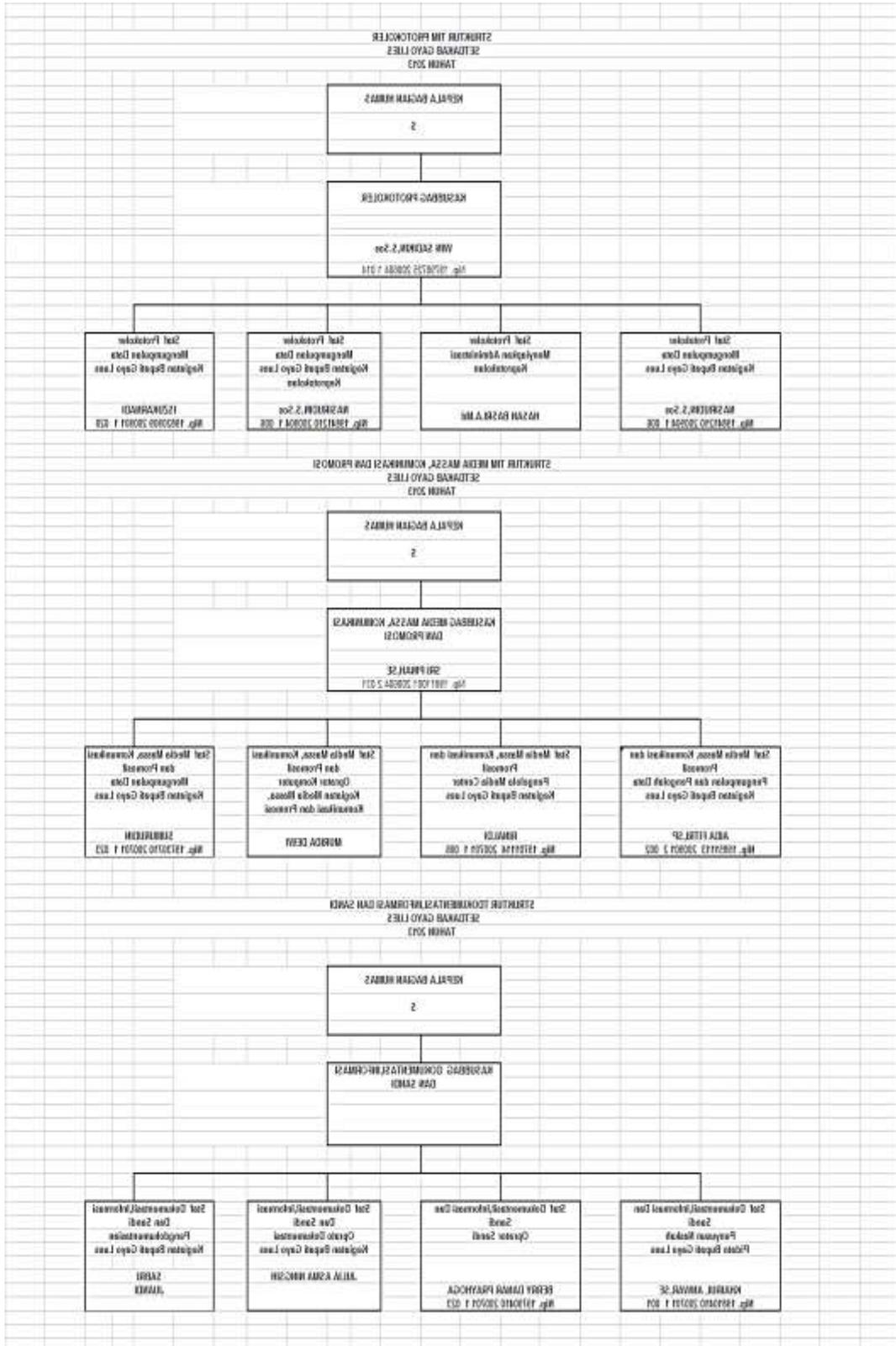
3. Visi Misi Kabupaten Gayo Lues

Visi pemerintahan Kabupaten Gayo Lues adalah untuk mewujudkan “Gayo Lues yang Islami, Mandiri dan Sejahtera”

Untuk mewujudkan visi di atas, perlu dipandu melalui misi. Hal ini tidak lepas dari pemaknaan misi adalah perwujudan dari keinginan menyatukan langkah dan gerak dalam mencapai visi yang telah ditetapkan. Sedangkan misi untuk mewujudkan visi tersebut ditetapkan tujuh butir sebagai berikut :

- a. Menjalankan Syariat Islam secara Kaffah;
- b. Mewujudkan Penyelenggaraan Pemerintahan yang Bersih, Berwibawa, Bebas dari KKN dan Menegakkan Supremasi Hukum;
- c. Meningkatkan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat;
- d. Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia;
- e. Menggali dan Melestarikan Sumber Daya Alam dan Memanfaatkannya Secara Tepat Guna;
- f. Menggali dan Melestarikan Adat Istiadat dan Seni Budaya;
- g. Meningkatkan Keamanan dan Ketertiban di Kabupaten Gayo Lues.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Kabupaten Gayo Lues



Masyarakat Gayo hidup dalam komunitas kecil yang disebut kampung. Setiap kampung dikepalai oleh seorang gecik. Kumpulan beberapa kampung disebut kemukiman, yang dipimpin oleh mukim. Sistem pemerintahan tradisional berupa unsur kepemimpinan yang disebut sarak opat, terdiri dari reje (raja), petue (petua), imem (imam), dan rayat (rakyat).

Pada masa sekarang beberapa buah kemukiman merupakan bagian dari kecamatan, dengan unsur-unsur kepemimpinan terdiri atas: gecik, wakil gecik, imem, dan cerdik pandai yang mewakili rakyat.

Sebuah kampung biasanya dihuni oleh beberapa kelompok belah (klan). Anggota-anggota suatu belah merasa berasal dari satu nenek moyang, masih saling mengenal, dan mengembangkan hubungan tetap dalam berbagai upacara adat. Garis keturunan ditarik berdasarkan prinsip patrilineal. Sistem perkawinan yang berlaku berdasarkan tradisi adalah eksogami belah, dengan adat menetap sesudah menikah yang patrilokal (juelen) atau matrilokal (angkap).

Kelompok kekerabatan terkecil disebut sara ine (keluarga inti). Kesatuan beberapa keluarga inti disebut sara dapur. Pada masa lalu beberapa sara dapur tinggal bersama dalam sebuah rumah panjang, sehingga disebut sara umah. Beberapa buah rumah panjang bergabung ke dalam satu belah (klan). Pada masa sekarang banyak keluarga inti yang mendiami rumah sendiri. Pada masa lalu orang Gayo terutama mengembangkan mata pencaharian bertani di sawah dan beternak, dengan adat istiadat mata pencaharian yang rumit.

Selain itu ada penduduk yang berkebun, menangkap ikan, dan meramu hasil hutan. Mereka juga mengembangkan kerajinan membuat keramik, menganyam, dan menenun. Kini mata pencaharian yang dominan adalah berkebun, terutama tanaman kopi. Kerajinan membuat keramik dan anyaman pernah terancam punah, namun dengan dijadikannya daerah ini sebagai salah satu daerah tujuan wisata di Aceh, kerajinan keramik mulai dikembangkan lagi. Kerajinan lain yang juga banyak mendapat perhatian adalah kerajinan membuat sulaman kerawang dengan motif yang khas

B. Hasil Wawancara

Wawancara dilakukan oleh penulis dengan para staf kehumasan pemerintahan kabupaten Gayo Lues. Pada bab sebelumnya penulis menjadikan menjadikan Kabid kehumasan kabupaten Gayo Lues sebagai salah satu narasumber dari penelitian ini. Namun karena padatnya jadwal beliau sehingga penulis tidak dapat menemui beliau untuk melakukan sesi wawancara.

Penulis melakukan wawancara kepada 4 staf ahli bidang kehumasan dan protokoler Kabupaten Gayo Lues, berikut ini merupakan hasil wawancara kepada narasumber :

a. Responden pertama

Nama : SAAT NAHAR S.sos

N i p : 1973 30 121 200901 1001

Jabatan : Kasubag protokol dan acara

1. Bisakah Bapak menjelaskan apa sajakah tugas dari biro Humas dan protokoler kabupaten Gayo Lues?

Menurut bapak Sahat bahwa biro hubungan masyarakat dan protokoler ini mempunyai tugas untuk menyiapkan bahan pembinaan, petunjuk teknis dan koordinasi di bidang humas media massa, pengelolaan informasi, publikasi, analisis dan protokol.

Bapak Saat juga menyatakan bahwa untuk melaksanakan tugas sebagaimana yang dia maksud biro hubungan masyarakat dan protokoler kabupaten Gayo Lues mempunyai fungsi:

- Biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues melakukan pelaksanaan persiapan bahan pembinaan, petunjuk teknis dan koordinasi di bidang hubungan masyarakat
- Biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues melakukan pelaksanaan persiapan bahan pembinaan, petunjuk teknis dan koordinasi di bidang media massa.
- Biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues melakukan pelaksanaan persiapan bahan pembinaan, petunjuk teknis dan koordinasi di bidang pengelolaan informasi, publikasi dan analisis
- Biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues melakukan pelaksanaan persiapan bahan pembinaan, petunjuk teknis dan koordinasi di bidang keprotokolan.

- Biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues melakukan pelaksanaan tugas-tugas kedinasan lainnya yang diberikan oleh sekretaris daerah melalui asisten administrasi umum.

2. Apakah kendala yang dihadapi dalam melakukan tugas dari biro Humas dan protokoler kabupaten Gayo Lues ?

Menurut bapak Saat Nahar s.sos selaku kasubag protokol dan acara tentunya kehumasan dan protokoler kabupaten Gayo Lues juga menghadapi berbagai kendala dalam melakukan tugas. Menurut beliau kendalanya terjadi pada bagian pelaksanaan hasil monitoring masih dinilainya kurang karena menurut beliau biro humas dan protokoler kabupaten kabupaten Gayo Lues selalu melakukan evaluasi dan monitoring terhadap kinerja dari bagian ini. Menurut beliau hasil monitoring tersebut selalu segera dilaksanakan tetapi masih saja sering ditemukan kesalahpahaman terhadap hasil monitoring tersebut. Kendala berikutnya menurut beliau terjadi di tataran sumber daya manusia di biro kehumasan dan protokol kabupaten Gayo Lues itu sendiri, maksudnya masih dirasa perlu dan harus dilakukan pengembangan keahlian dari staff biro humas dan protokol kabupaten Gayo Lues karena tugas utama dari bagian ini adalah menghadapi dan menciptakan citra yang baik dari pemerintahan kabupaten Gayo Lues ini di mata masyarakat, sehingga keahlian dari para staf yang bekerja di biro ini harus terus diasah dan dilakukan

pengembangan di berbagai hal untuk menciptakan pelayanan yang praktis dan dinamis

3. Strategi apa yang dilakukan dari biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues dalam melakukan tugasnya?

Menurut Bapak Saat Nahar strategi yang dilakukan oleh biro kehumasan dan protokoler kabupaten Gayo Lues adalah melakukan pendekatan kepada publiknya baik itu internal dan eksternal dengan memanfaatkan media yang tersedia baik itu media cetak maupun media elektronik kemudian biro Humas dan protokoler kabupaten ini juga memanfaatkan media sosial dalam menyebarkan informasi kepada publiknya contohnya penggunaan sosial media seperti membuat grup di WhatsApp untuk menyebarkan pemberitahuan baik itu bersifat formal dan informal kepada para staf biro Humas dan protokoler kecamatan (internal publik)

4. Bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues untuk menginformasikan peraturan daerah dan informasi lainnya kepada public?

Menurut Bapak Saat Nahar s.sos sebagai staff ahli Kabid humas dan protokol kabupaten Gayo Lues usaha yang dilakukan untuk menginformasikan peraturan pemerintah kabupaten Gayo Lues tentunya pertama dilakukan sosialisasi kepada internal public maupun eksternal public atau kepada masyarakat kemudian setelah dilakukan sosialisasi di berbagai lapisan masyarakat tentunya untuk

menyebarkan lebih luas lagi pihak Kabid humas dan protokoler kabupaten Gayo Lues tersebut juga memanfaatkan media massa dalam penyebaran informasinya baik itu media cetak maupun media elektronik

5. Jenis media apa saja yang sering digunakan oleh biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues dalam melakukan tugasnya?

Saat ini dengan berkembangnya media massa yang menyebabkan kita dapat dengan praktis menyebarkan informasi apapun ke berbagai khalayak. menimbulkan dampak baik dan kurang baik, dampak baiknya yang dimunculkan adalah kepraktisan baik waktu dan jarak bukan lagi masalah (dinilai dari segi ekonomis dan efisiensi), namun dampak yang kurang baik juga timbul, yakni tidak hanya berita yang bernilai positif saja yang bisa disebarkan, tetapi juga berita yang tidak baik seperti berita yang mengandung unsur kebohongan, fitnah dan hal negatif lainnya atau yang biasa disebut dengan hoax.

6. Dalam menjalankan aktivitas media relations apakah biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues mempunyai strategi khusus? Strategi seperti apa yang dimiliki oleh humas ? (contohnya dalam menghadapi wartawan)

Humas dan wartawan media massa adalah mitra yang tidak bisa dipisahkan. Menurut bapak Saat Nahar, biro humas dan protokol Kabupaten Gayo Lues menganggap keberadaan wartawan sebagai mitra kerja dan membangun hubungan secara profesional. Hubungan

Masyarakat (Humas) dengan wartawan saling membutuhkan namun dengan tujuan masing-masing. Humas membutuhkan wartawan untuk mengkomunikasikan informasi kepada publiknya demi terwujudnya tujuan organisasi dan wartawan membutuhkan Humas untuk mendapatkan informasi sebanyak mungkin untuk memenuhi kebutuhan informasi publik.

7. Faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues dalam memberikan informasi kepada masyarakat?

Dalam menjalankan tugasnya untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat mengenai kebijakan pemerintah tentunya banyak menemukan faktor pendukung dan yang menghambat. Adapun faktor yang mendukung sarana fasilitas yang sudah lengkap, anggaran yang lumayan besar, hubungan dengan mediaupun sudah terjalin cukup baik dan seluruh staf Biro Humas dan Protokol Kabupaten Gayo Lues sudah dibebankan dengan tugasnya masing-masing (tugas yang jelas). Problem mendasarnya adalah peran SDM dalam perencanaan strategis sejauh mana upaya komunikasi dan kinerja yang terjalin untuk mencapai tujuan yang telah dibuat. Oleh karena itu pengembangan sumber daya manusia menjadi hal yang utama. Pendidikan dan pelatihan dianggap berpengaruh dalam meningkatkan kualitas dan loyalitas sumber daya manusia agar terciptanya suatu keadaan yang lebih baik untuk bekerja sama dalam

melaksanakan tugas serta dalam menyusun strategi guna mencapai tujuan organisasi

8. Apakah biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues mempunyai pelatihan khusus yang dapat mendorong kinerja humas dalam menjalin hubungan dengan masyarakat?

Kehumasan merupakan bidang kerja yang secara langsung berhadapan dengan masyarakat, tentunya keterampilan dan pengetahuan sumber daya manusia yang bekerja di lembaga ini harus terus dilakukan pengembangan. Menurut bapak Saat Nahar pelatihan tentunya sangat perlu dilakukan secara berkala.

b. Responden kedua

Nama : LIZA HASMAINI

N i p : 19830216 200901 2 006

Jabatan : Fungsional Umum

1. Bisakah Ibu menjelaskan apa sajakah tugas dari biro Humas dan protokoler kabupaten Gayo Lues?

Menurut ibu Liza tugas dari Biro Humas dan Protokoler Kabupaten Gayo Lues itu adalah yang utama sebagai penghubung antara pemerintah dengan masyarakat. Humas itu seperti penyambung lidah diantara pemerintah kepada masyarakat begitu juga sebaliknya. Tugas humas itu juga harus mampu menciptakan dan menjaga citra positif dari pemerintahan kabupaten Gayo Lues agar tetap memiliki citra positif

2. Apakah kendala yang dihadapi dalam melakukan tugas dari biro Humas dan protokoler kabupaten Gayo Lues ?

Menurut ibu Liza kendala yang dihadapi masih perlunya ditingkatkan keterampilan sumber daya manusia melalui pengembangan keahlian bagi staff biro kehumasn dan prookoler kabupaten Gayo Lues ini, mengingat tugas biro ini yang dinamis diperlukan SDM (sumber daya manusia) yang cekatan dan dilengkapi dengan perlengkapan kerja yang juga baik tentunya. Menurut ibu Liza sering ditemui kendala juga terjadi pada pemahaman masyarakat contohhya dalam mentaati aturan kerja dalam emmnuhi pelayanan publik, dari pihak masyarakat tentunya menuntut

pemenuhan kebutuhan mereka secepatnya, tetapi karena prosedur kerja yang harus ditaati (biasanya masalah legalitas dokumen) tidak dapat dipenuhi sesuai dengan harapan masyarakat.

3. Strategi apa yang dilakukan dari biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues dalam melakukan tugasnya?

Ibu Liza menilai bahwa kehumasan dan protokoler Kabupaten gayo lues ini melakukan komunikasi personal dengan pendekatan persuasive. Menurut ibu Liza seorang humas harus mampu bekerja dengan cepat baik dari tindakan dan pemikiran. Humas harus mampu menciptakan suasana kerja yang baik dan nyaman, hal ini berperan penting dalam menyelesaikan tugas yang diberika dalam tujuan untuk mencapai target kerja.

4. Bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues untuk menginformasikan peraturan daerah dan informasi lainnya kepada public?

Ibu Liza juga mewajibkan seorang Humas itu harus tanggap dan paham dengan teknologi. Saat ini dengan perkembangan yang terjadi di dunia komunikasi berbasis teknologi berkembang dengan pesat. Oleh karenanya humas harus mampu menggunakan perkembangan teknologi itu dengan baik sehingga dapat mendukung keefisiensian waktu dalam menyelesaikan pekerjaannya. Ibu Liza memberikan contoh dengan keberadaan smartphome yang tidak saja dipergunakan

untuk berkomunikasi saja saat ini, tapi juga dapat mendukung pekerjaan seorang humas dalam mempresentasikan pekerjaan, menjadi alat dokumentasi.

5. Jenis media apa saja yang sering digunakan oleh biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues dalam melakukan tugasnya?

Menurut Ibu Liza keberadaan media massa baik itu cetak maupun elektronik menjadi pilihan yang tepat untuk membantu pekerjaan biro humas dan protokoler kabupaten Gayo Lues dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat luas. Pihak staff humas dan protokoler kabupaten Gayo Lues menggunakan fasilitas dari media sosial dalam bertukar informasi pekerjaan, seperti teknologi zoom, group dalam whatsapp tentunya penggunaan media sosial dalam bertukar informasi pekerjaan dilakukan oleh staff humas bersifat internal saja, tentunya jika berkaitan dengan mempublikasikan peraturan pemerintah atau melakukan press release pihak humas dan protokoler kabupaten Gayo Lues masih memilih media cetak sebagai pilihan utamanya.

6. Dalam menjalankan aktivitas media relations apakah biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues mempunyai strategi khusus? Strategi seperti apa yang dimiliki oleh humas ? (contohnya dalam menghadapi wartawan)

Keberadaan wartawan dapat menjadi salah satu faktor yang mendukung staff humas dalam menyelesaikan pekerjaannya, sehingga

seorang humas harus mampu menjalin hubungan baik dengan para wartawan. Hubungan baik ini tentunya menjunjung tinggi nilai profesionalitas dalam bekerja. Hal ini tentunya para humas juga harus dapat memilih wartawan yang dapat diajak bekerjasama dinilai dari kredibilitas wartawan tersebut.

7. Faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues dalam memberikan informasi kepada masyarakat?

Setiap pekerjaan tentunya memiliki tantangan-tantangan yang harus ditaklukkan, menurut ibu Liza dalam menajalankan tugasnya selama ini di biro Humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues hambatan yang terjadi tidak begitu mengganggu kinerja mereka. Peristiwa kesalahpahaman atau *misscommunication* terhadap suatu perintah atau pun kekeliruan dalam mengaplikasikan program kerja selalu dapat di tanggulangi karena di biro ini rutin mengadakan evaluaasi terhadap program kerja.

8. Apakah biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues mempunyai pelatihan khusus yang dapat mendorong kinerja humas dalam menjalin hubungan dengan mayarakat?

Ibu liza sendiri sebagai staff yang bekerja di biro humas dan protokoler merasa masih perlu dilakukan *self development* (pengembangan diri) bagi para pekerja di biro ini. Pelatihan pelatihan ini tentunya bukan hanya akan meguntungkan para pekerja secara pribadi tapi juga akan secara

langsung berdampak terhadap citra positif bagi pemerintahan kabupaten Gayo Lues tersebut, karena dengan banyaknya para staff yang terlatih dibidangnya tentunya pencapaian misi dari sebuah lembaga dapat dengan mudah tercapai.

c. Responden ketiga

Nama : RINALDI, S.Sos
N i p : 19701114 200701 1 006
Jabatan : Pengelola Dokumentasi

1. Bisakah Bapak menjelaskan apa sajakah tugas dari biro Humas dan protokoler kabupaten Gayo Lues?

Menurut bapak Rinaldi sebagai seorang Humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi. Menurutny tujuan dari hubungan masyarakat oleh sebuah lembaga sering untuk membujuk masyarakat, investor, mitra, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mempertahankan sudut pandang tertentu tentang hal itu, kepemimpinannya, produk, atau keputusan politik.

2. Apakah kendala yang dihadapi dalam melakukan tugas dari biro Humas dan protokoler kabupaten Gayo Lues ?

Menurut bapak Rinaldi kendala yang dihadapi oleh humas dan protokoler kabupaten Gayo Lues masih dapat ditanggulangi. Biasanya kendala terjadi pada perangkat kerja yang error sehingga menghambat terselesaikan sebuah pekerjaan. Mengingat saat ini hampir semua bidang di pemerintahan Kabupaten Gayo Lues sudah memanfaatkan sistem komputer sehingga jika terjadi error pada sistem

akan menyebabkan terhambatnya pekerjaan. Jika dinilai dari SDM menurut bapak Rinaldi sudah memiliki tingkat kredibilitas yang cukup, namun menurutnya masih perlu juga dilakukan pengembangan seperti pelatihan.

3. Strategi apa yang dilakukan dari biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues dalam melakukan tugasnya?

Menurut bapak Rinaldi tentunya dalam melaksanakan tugasnya seorang humas harus melakukan perencanaan dan evaluasi terhadap program kerjanya. Tindakan perencanaan dan evaluasi ini menurut bapak rinaldi sangat membantu seorang humas dalam menyelesaikan pekerjaannya. Menciptakan suasana kerja yang kondusif juga merupakan cara yang harus dilakukan untuk menciptakan kenyamanan bekerja baik secara personal dan dalam tim.

4. Bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues untuk menginformasikan peraturan daerah dan informasi lainnya kepada public?

Seorang humas dalam mempresentasikan pekerjaannya seperti menyebarkan informasi mengenai pemerintahan kabupaten Gayo Lues kepada masyarakat tentunya memanfaatkan keberadaan media massa dan sosial media. Jadi dengan menggunakan media massa dapat membantu pemerintah menyampaikan informasi yang berisi peraturan dan sebagainya menjangkau masyarakat di wilayah pelosok.

5. Jenis media apa saja yang sering digunakan oleh biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues dalam melakukan tugasnya?

Media massa dengan kemampuannya meniadakan jarak dan waktu membuatnya menjadikannya pilihan utama dalam menyampaikan informasi kepada publik. Menurut bapak Rinaldi masyarakat dapat juga dengan mudah memperoleh informasi melalui media sosial, namun karena kemudahan yang ditawarkan membuat beredar juga berita dan informasi yang nilai kebenarannya masih diragukan, sehingga bapak Rinaldi menyarankan agar tidak langsung mengambil sikap, mengambil kesimpulan setelah mendapatkan berita atau informasi yang diperoleh dari media sosial mengingat tingkat kebenarannya harus di cek ulang lagi.

6. Dalam menjalankan aktivitas media relations apakah biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues mempunyai strategi khusus? Strategi seperti apa yang dimiliki oleh humas ? (contohnya dalam menghadapi wartawan)

Seringkali terdapat kesalahpahaman jika pihak humas melakukan pendekatan kepada pihak wartawan bertujuan agar pemberitaan berpihak kepada pemerintah. Tentunya ini adalah anggapan yang tidak tepat, pendekatan yang dilakukan oleh humas ini tentunya karena humas menganggap keberadaan wartawan itu adalah sebagai mitra mereka dalam menyelesaikan pekerjaan. Para humas membutuhkan media (wartawan) untuk mempublikasikan berita ke pemerintahan dan media membutuhkan berita

keperintahan. Jadi kedekatan humas dengan wartawan itu wajib dijalin dengan baik.

7. Faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues dalam memberikan informasi kepada masyarakat?

Menurut bapak Rinaldi faktor pendukung bagi staff humas dan protokoler kabupaten Gayo Lues tersedianya perlengkapan pekerjaan yang mencukupi dan kejelasan pembagian tugas sesuai dengan fungsi kerja masing-masing.

Faktor penghambat biasanya terjadi dari masih kurangnya personil kerja sehingga terjadi keterlambatan dalam menyelesaikan pekerjaan

8. Apakah biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues mempunyai pelatihan khusus yang dapat mendorong kinerja humas dalam menjalin hubungan dengan masyarakat?

Sangat perlu dan harus dilakukan secara berkala jawaban ini yang diungkapkan oleh Bapak Rinaldi. Menurut beliau pelatihan itu dapat meningkatkan kemampuan kerja dari para pegawai humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues. Bapak Rinaldi mengungkapkan bahwa pelatihan-pelatihan ini dilakukan secara berkala dan berkelanjutan, sehingga *skill* pegawai humas dan protokoler kabupaten Gayo Lues selalu prima.

d. Responden keempat

Nama : HASAN BASRI.A.Md

N i p : 19731002 201406 1 002

Jabatan : Petugas Protokol

1. Bisakah Bapak menjelaskan apa sajakah tugas dari biro Humas dan protokoler kabupaten Gayo Lues?

Menurut bapak Hasan Sasri sebagai seorang humas harus mampu sebagai penyampai informasi kepada masyarakat harus bisa menjadi sumber informasi resmi pemerintah . seorang humas harus mengamankan kebijakan lembaganya, memberikan pelayanan dan menyebarkan pesan atau informasi kepada masyarakat tentang kebijakan dan program kerja lembaganya. Sebagai mediator yang proaktif dalam menjembatani kepentingan instansi pemerintah di satu pihak dan menampung aspirasi serta memperhatikan keinginan-keinginan publiknya di lain pihak.

2. Apakah kendala yang dihadapi dalam melakukan tugas dari biro Humas dan protokoler kabupaten Gayo Lues ?

Menurut bapak Hasan Basri kendala yang dihadapi dalam melaksanakan tugas dari biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues terdapat di kurangnya SDM sehingga sering satu orang pegawai melaksanakan tugas untuk dua orang tentunya akan menyebabkan keterlambatan penyelesaian pekerjaan.

3. Strategi apa yang dilakukan dari biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues dalam melakukan tugasnya?

Menurut bapak Hasan Basri dalam menyelesaikan tugasnya seorang humas harus mampu melakukan pendekatan kemasyarakatan, melalui mekanisme sosial cultural dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat dari opini publik atau kehendak masyarakat. Artinya humas mutlak bersikap atau berkemampuan untuk mendengar, dan bukan sekedar mendengar mengenai aspirasi yang ada didalam masyarakat yang dianut

4. Bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues untuk menginformasikan peraturan daerah dan informasi lainnya kepada public?

Menurut bapak Hasan Basri. humas harus sanggup menciptakan komunikasi dua arah (timbang balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada pihak publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan, maupun dengan melakukan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan lain sebagainya.

5. Jenis media apa saja yang sering digunakan oleh biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues dalam melakukan tugasnya?

Menurut bapak Hasan Basri kegiatan khusus dari pihak humas untuk melakukan komunikasi atau penyampaian informasi mengenai aktifitas

yang bersifat kelembagaan yang perlu dipublikasikan melalui media massa untuk menciptakan citra positif.

- 6. Dalam menjalankan aktivitas media relations apakah biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues mempunyai strategi khusus? Strategi seperti apa yang dimiliki oleh humas ? (contohnya dalam menghadapi wartawan)**

Khusus untuk urusan relasi dengan media (media relations) banyak praktisi yang mengategorikannya sebagai bagian dari relasi eksternal. Tapi beberapa praktisi kehumasan ada juga yang menganggap hubungan dengan media merupakan bidang tersendiri di luar humas. Hubungan humas dan media massa yang terjalin menurut bapak Hasan Basri jika diteoritiskan sebagai hubungan yang simbiosis mutualisme saling menguntungkan dan saling memberikan manfaat.

- 7. Faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues dalam memberikan informasi kepada masyarakat?**

Menurut bapak Hasan Basri faktor pendukung bagi staff humas dan protokoler kabupaten Gayo Lues dengan tersedianya perlengkapan pekerjaan yang mencukupi, ruangan kerja yang nyaman dan jelasnya pembagian tugas sesuai dengan fungsi kerja masing-

masing dengan dipenuhi faktor ini menumbuhkan semangat kerja yang baik.

Faktor penghambat biasanya terjadi di SDM jika ditemukan kesalahpahaman dalam penerapan program kerja. Juga karena disebabkan kurangnya tenaga kerja di biro humas dan protokoler kabupaten Gayo Lues.

8. Apakah biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues mempunyai pelatihan khusus yang dapat mendorong kinerja humas dalam menjalin hubungan dengan masyarakat?

Menurut Bapak Hasan Basri pelatihan khusus untuk staff biro humas dan protokoler harus dilakukan secara berkala dan berkelanjutan, dengan pelatihan ini diharapkan staff humas dan protokoler dapat meningkatkan pelayanan yang jauh lebih baik dan menciptakan pencitraan positif bagi pemerintahan.

C. Pembahasan

Perkembangan manajemen pemerintahan yang memasukan kinerja sebagai indikator penting. Keberhasilan pemerintah memiliki potensi untuk meningkatkan efektivitas pemerintahan. Pemahaman terhadap kinerja memerlukan pemahaman yang mendalam tentang hakekat dari kinerja dan hubungannya dengan berbagai aspek manajemen

Praktisi humas harus meningkatkan fungsi dan perannya, seorang humas harus memahami teknik-teknik komunikasi yang akan menuntun seorang

praktisi humas kapan dan bagaimana mereka harus menerapkan teknik-teknik komunikasi untuk menyelesaikan permasalahan yang ditanganinya. Mereka juga harus bekerja secara proaktif berarti harus bekerja berdasarkan suatu tujuan dengan perencanaan.

Humas Pemerintahan Kabupaten Gayo Lues memiliki tugas untuk menjalankan fungsi kehumasan di Pemerintahan Kabupaten gayo Lues, dalam menjalankan tugas dan perannya tentunya humas mengacu kepada visi dan misi yang telah ditetapkan. dalam mewujudkan visi dan melaksanakan misi perlu dirumuskan langkah-langkah yang terarah dalam bentuk tujuan strategis, oleh karena itu dalam menetapkan perannya memerlukan indikator kinerja yang secara terperinci.

Tujuan Humas melakukan hubungan dengan media agar terjadi hubungan yang baik dengan media dan terjalin kerjasama yang saling menguntungkan, karena media butuh informasi sebagai berita dan humas butuh media untuk publikasi. Humas menyadari kalau media itu bisa menciptakan citra yang baik atau yang buruk dan media juga merupakan salah satu sarana untuk mempromosikan, memperkenalkan, memberikan informasi dan menyampaikan program-program Pemerintahan Provinsi Banten. Lima pokok tugas Biro Humas dan Protokol dalam sehari-hari yaitu:

1. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab untuk penyampaian informasi secara lisan, tertulis, maupun melalui gambar kepada publik, misalnya menyebarluaskan melalui website resmi Biro

Humas dan Protokol, dan bekerja sama dengan media-media lokal untuk mengeksposnya, atau melalui sarana luar ruangan dengan spanduk dan mobil wawar keliling. agar publik mempunyai pengertian yang benar tentang tujuan serta kegiatan yang dilakukan. Itu semua disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan dan harapan publik internal atau eksternal dan memperhatikan, mengolah, mengintegrasikan pengaruh lingkungan yang masuk demi sebuah perkembangan dan perbaikan

2. Memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan seta pendapat umum atau masyarakat. Dengan adanya Sub Bagian Aspirasi dan pengelolaan opini publik menjadikan Biro Humas dan Protokol lebih mudah dalam menerima dan mengelola opini publik agar adanya timbal balik antara aparat pemerintah dan masyarakat.
3. Memperbaiki citra organisasi, Biro Humas menyadari citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, presentasi, publikasi tetapi terletak pada bagaimana organisasi bisa mencerminkan organisasi yang dipercayai, memiliki kekuatan, mengadakan perkembangan secara berkesinambungan yang selalu terbuka untuk dikontrol dan dievaluasi.
4. Tanggung jawab sosial, Biro humas bertanggung jawab terhadap semua kelompok yang berhak terhadap tanggung jawab tersebut. Terutama kelompok publik sendiri, publik internal dan pers. Penting diusahakan bahwa seluruh organisasi bersikap terbuka dan jujur

terhadap semua kelompok atau publik yang ada hubungannya dan memerlukan informasi. Jika ingin mendapatkan kepercayaan publik suatu organisasi mempunyai kewajiban adanya usaha untuk pelayanan sosial yang harus menjadi tanggung jawab.

5. Komunikasi, Biro Humas mempunyai bentuk komunikasi yang khusus, komunikasi timbal balik, maka pengetahuan komunikasi menjadi modalnya.

Kegiatan Hubungan Masyarakat yang utama adalah melaksanakan upaya-upaya untuk menumbuhkan, memelihara dan membangun citra. Dalam hal ini citra yang positif akan menguntungkan. Dalam hal ini bisa menyangkut mengenai citra kebijakan pemerintah. Dengan membangun atau membentuk opini publik merupakan upaya mengarahkan dan membentuk pendapat umum.

Keberadaan Biro Humas dan Protokol Kabupaten Gayo Lues tidak hanya menjalankan kegiatan kehumasan tetapi juga melaksanakan kegiatan protokoler, bagaimana mengatur dan mengelola setiap kegiatan dan acara sakral di Pemerintahan Kabupaten Gayo Lues. Biro Humas dan Protokol menjalankan tugasnya sebagai pemberi informasi dari pemerintahan kabupaten Gayo Lues kepada masyarakat dan sebaliknya.

BAB V

Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tugas Humas pada intinya untuk mengkomunikasikan dan menginformasikan kepada publik tentang rencana kerja, kinerja, dan capaian hasil yang dilakukan pemerintah. dengan begitu peran Biro humas dan Protokol Kabupaten Gayo Lues selain melaksanakan fungsinya sebagai penyalur informasi juga menyerap aspirasi dari reaksi publik, Manajemen informasi menjadi bagian dalam pelaksanaan kehumasan yang harus dikelola. Dengan demikian Biro Humas dan Protokol Kabupaten Gayo Lues dapat menciptakan dan membangun citra Pemerintahan Kabupaten Gayo Lues.
2. Dalam menjalankan tugas dan perannya Biro Humas dan Protokol Kabupaten Gayo Lues mempunyai strategi yaitu mengelola informasi, membentuk opini publik dan melakukan kerjasama pers. dalam mempertahankan citra Pemerintahan Kabupaten Gayo Lues Biro Humas dan Protokol memberikan informasi-informasi pembangunan yang merupakan salah satu pencitraan, karena tugas Biro Humas dan Protokol salah satunya memberikan citra yang positif dimata masyarakat,

3. Faktor pendukung Biro Humas dan Protokol dalam menjalankan tugasnya yaitu sarana fasilitas yang sudah lengkap, anggaran yang lumayan besar, hubungan dengan media pun sudah terjalin cukup dan seluruh staf Biro Humas dan Protokol Kabupaten Gayo Lues sudah dibebankan dengan tugasnya masing-masing. Sedangkan kendalanya yaitu sumber daya manusia yang masih harus ditingkatkan dalam keahlian di bidang komunikasi, jurnalistik dan kehumasan.

B. Saran

Saran yang diberikan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada pemerintahan kabupaten Gayo Lues untuk selalu melakukan pelatihan untuk meningkatkan keahlian kerja dari para pegawai humas dan protokoler kabupateen Gayo Lues
2. Pemerintah kabupaten Gayo lues diharapkan dapat menciptakan dan menjaga hubungan baik dengan media melalui biro humas dan protokoler dan juga selalu aktif bertukar informasi dengan media agar tidak terjadi pemberitaan yang tidak bertanggung jawab.

DAFTAR PUSTAKA

- Bogdan, Robert dan Steven J. Taylor 2010, *Pengantar Metode Penelitian Sosial*, Usaha Nasional, Surabaya
- Effendy, Onong Uchjana, 2016, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Remaja Rosdakarya, Bandung
- Cangara, Hafied, 2013, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada,
- E Combs , James Dan Nimmo, 2014, *Propaganda Baru*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- F. Rachmadi, 2012, *Public Relation (Dalam Teori Dan Praktik)*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Jefkins, Frank, 2014, *Public Relation* Edisi ke-12 Jakarta : Erlangga,
- Kasali, Rhenald. 2000. *Manajemen Public Relations : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Graffiti: Jakarta
- Moore, Frazier, H. 2015, *Humas : Membangun Citra Dengan Komunikasi* Bandung : PT Remaja Rosdakarya,
- Nesia, Andin , 2014, *Dasar-Dasar Humas*, Yogyakarta : Graha Ilmu,
- Rudy, May T. 2015, *Komunikasi & Hubungan Masyarakat International*, Bandung : PT Refika Aditama,
- Ruslan, Rosady, 2015, *Praktik dan Solusi dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra*, Jakarta : Ghalia Indonesia,
- Ruslan, Rosyadi, 2012, *Manajemen Public Relations dan Media*, Rajawali pers, Jakarta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : CV. Alfabeta

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : **MARHABAN**
Tempat & tanggal Lahir : Rerebe.24.041996
Alamat : Rerebe
No. HP : 082272537564
Email : marhabanrerebe@gmail.com
Anak ke : 1 (satu) dari 3 (tiga) bersaudara

Nama Orang Tua :

Ayah : **SELAMAT**
Ibu : **SARI**

PENDIDIKAN

- SMA 1 N Tripe Jaya – Aceh Gayo Lues
- SMP 1 N Tripe Jaya – Aceh Gayo Lues
- SD 1 N Tripe Jaya – Aceh Gayo Lues

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Hormat saya,

MARHABAN

Dokumentasi







Draf Pertayaan Wawancara

Nama Peneliti : Marhaban

Prodi/fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Penelitian : Aktivitas Biro Humas dan Protokoler Kabupaten Gayo Lues

1. Bisakah Bapak/Ibu menjelaskan apa sajakah tugas dari biro humas dan protokoler Kabupaten Ggayo Lues ?
2. Apakah kendala yang dihadapi dalam melakukan tugas dari biro humas dan protokoler Kabupaten Ggayo Lues ?
3. Strategi apa yang dilakukan tugas dari biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues dalam melakukan tugasnya?
4. Bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues untuk menginformasikan peraturan daerah dan informasi lainnya kepada public?
5. Jenis media apa saja yang sering digunakan oleh biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues dalam melakukan tugasnya?
6. Dalam menjalankan aktivitas media relations apakah biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues mempunyai strategi khusus? Strategi seperti apa yang dimiliki oleh humas ? (contohnya dalam menghadapi wartawan)

7. aktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues dalam memberikan informasi kepada masyarakat?
8. Apakah biro humas dan protokoler Kabupaten Gayo Lues mempunyai pelatihan khusus yang dapat mendorong kinerja humas dalam menjalin hubungan dengan masyarakat?



087-16-311

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

Unggul, Cerdas & Terpercaya
menjawab surat ini agar disebarkan
ke dan langganinya

PERMOHONAN-PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Sk-1

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Jurusan: Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, Juni 06 Mei 2020

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : MARHABAN
NPM : 1603110160
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 133.0 sks, IP Kumulatif 3.06

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul Skripsi	Status
1	Aktivitas Buro Humas dan protokoler kabupaten Gayo Lues	8/3 - 2020 ✓
2	peran Humas dalam membentuk citra positif pemerintahan Gayo Lues	
3	persepsi masyarakat terhadap pemberitaan terorisme di televisi	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Jurusan :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Pemohon, /

Medan, tgl. Juni 06 Mei 2020

Ketua,
[Signature]

Nurhasanah Nosution

[Signature]
(.....)
MARHABAN
PB: M. THARIC Ace
prosektor Maret 2020



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**

Nomor : 087.16.311/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2020

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018 dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **08 Maret 2020** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **MARHABAN**
N P M : 1603110160
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2019/2020
Judul Skripsi : **AKTIVITAS BIRO HUMAS DAN PROTOKOLER KABUPATEN GAYO LUES**

Pembimbing : MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 08 Maret 2021.

Ditetapkan di Medan,
Medan, 14 Rajab 1441 H
09 Maret 2020 M

Dekan



Dr. ARIFIN SAIEH., S.Sos., MSP.

Tembusan :

1. Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.

UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 527/KEP/II.3-AU/UMSU-03/F/2020

Program studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Kamis, 03 September 2020
 Waktu : 10.00 WIB s/d. Selesai
 Tempat : Ruang Kuliah Gedung C UMSU
 Pemimpin Seminar : NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom

No.	Nama Mahasiswa Penyaji	Nomor Pokok Mahasiswa	Dosen Penanggung	Dosen Pembimbing	Judul Proposal Skripsi
16	DWI GUSNALDI	1603110199	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	Dr. IRWAN SYARI T.J.G, S.Sos., M.A.P.	RESPON ANGGOTA KOMUNITAS DRIVER GOJEK MENTENG SEKITAR TERHADAP SISTEM PENERATAAN ORDERAN
17	MARHABAN	1603110160	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom	AKTIVITAS BIRO HUMAS DAN PROTOKOLER KABUPATEN GAYO LUES
18	INGGRI NARASATI	1603110222	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.S.	KOMUNIKASI EFEKTIF PEGAWAI DI BIDANG PENGASUHAN TERHADAP LANSIA DI UPT PELAYANAN SOSIAL LANJUT USIA DI KISARAN
19	TRI LARAS INNING TIAS	1603110144	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	NIRWANSYAH PUTRA, S.Sos., M.Sos	KOMUNIKASI KELUARGA DALAM PENINGKATAN DISIPLIN PROTOKOLER KESEHATAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KECAMATAN BATANG KUIS KABUPATEN DELI SERDANG
20	PAISAL	1603110123	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	Drs. H. BAHRUM JAMIL, M.A.P.	EFEKTIFITAS PENERAPAN CSR TERHADAP LINGKUNGAN SEKITAR PERUSAHAAN PT.MULLA TANI JAYA KECAMATAN PADANG TUALANG KABUPATEN LANGKAT

Medan, 13 Muharram 1442 H

01 September 2020 M



Dr. Achmad Syah, S.Sos., MSP.



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disertai nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : **MARHABAN**
N P M : **1603110160**
Jurusan : **ILMU KOMUNIKASI**
Judul Skripsi : **AKTIVITAS BIRO HUMAS DAN PROTOLER KABUPATEN GAYO LUES**

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	20-03-2020	konsultasi judul skripsi	
2	06-06-2020	Bimbingan proposal skripsi	
3	07-06-2020	Bimbingan proposal skripsi	
4	17-08-2020	Bimbingan proposal dan acc	
5	07-09-2020	konsultasi salah pengetikan	
6	06-10-2020	Bimbingan daftar wawancara	
7	26-10-2020	Bimbingan skripsi	
8	11-11-	Bimbingan pembaharuan di kembangkan Acc/ diperbaiki	

Medan,20.....

Dekan

(ARIFIN SALEH.....)

Ketua Jurusan,

(Nurhazannah nasution)

Pembimbing,

(M. THARIQ.....)



UMSU
Unggul | Cerdas | Berprestasi

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Sk-10

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 730/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2020

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Sabtu, 14 November 2020
Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
1	YOGI ALPIANDA	1503110220	DEWI KURNIAWATI, HJ, Ph.D S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom	CORRY NOVRIKA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	MANAJEMEN KOMUNIKASI ANTARA SALES DAN CUSTOMER UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI OPPO STORE CENTRE POINT MEDAN
2	HESTY ASTAWATY	1603110038	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	Dr. ARIFIN SALEH, .Sos., MSP.	STRATEGI KOMUNIKASI DINAS TENAGA KERJA SIMALUNGUN DALAM UPAYA MENINGKATKAN KESEMPATAN MENDAPATKAN LAPANGAN PEKERJAAN
3	SITI RAMASOPA GULTOM	1603110012	Dr. ARIFIN SALEH, .Sos., MSP.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	PERAN KOMUNIKASI ORGANISASI BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM SOSIALISASI PROGRAM PENANGGULANGAN KEMISKINAN
4	MARHABAN	1603110160	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	CORRY NOVRIKA AP. SINAGA, S.Sos. M.A.	MUHAMMAD THARIQ. S.Sos, M.I.Kom	AKTIVITAS BIRO HUMAS DAN PROTOKOLER KABUPATEN GAYO LUES
5	ANDREY BOMBY SITEPU	1603110189	DEWI KURNIAWATI, HJ, Ph.D	JUNAIDI, S.PdI, M.SI	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TAMAN EDUKASI BINJAI SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN YANG RAMAH BAGI ANAK

Notulis Sidang :

total 5 li mahasiswa fyer
13.11.20

Medan, 27 Rabiul Awwal 1442 H

13 November 2020 M

Ditandatangani oleh :

Dr. MUSAEBAB ARIFIN, SH, M.Hum

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Panitia Ujian

Sekretaris

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom



PEMERINTAH KABUPATEN GAYO LUES

SEKRETARIAT DAERAH

Jl. Tgk. Macmoed No. 02 Telp. (0642) 21629, Fax (0642) 21629
BLANGKEJEREN

Blangkejeren, 14 Oktober 2020 M
26 Safar 1442 H

Nomor : 486/1169/2020
Sifat : -
Lampiran : -
Perihal : Izin Melakukan Penelitian

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di -
Tempat

1. Sehubungan dengan Surat Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor : 606/KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2020 Tanggal 01 Oktober 2020 Tentang Izin Penelitian Mahasiswa Dalam Rangka Penyelesaian Program Studi jenjang Strata Satu atas Nama : Marhaban, NPM : 1603110160, Program Studi Ilmu Komunikasi, Semester IX Tahun Akademik 2020/2021, Dengan Judul Skripsi : Aktivitas Biro Humas Dan Protokoler Kabupaten Gayo Lues.
2. Pada prinsipnya kami tidak keberatan dan mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan untuk melakukan penelitian skripsi (pengumpulan data) di Bagian Humas dan Protokoler Kabupaten Gayo Lues.
3. Untuk kelancaran kegiatan penelitian mahasiswa yang bersangkutan, dapat berkoordinasi dan berkonsultasi langsung dengan para ASN (Pegawai) pada Bagian Humas dan Protokoler Sekdakab Gayo Lues.
4. Setelah tugas penelitian mahasiswa yang bersangkutan selesai, kami minta 1 (satu) kopian tugas akhir sebagai bahan untuk referensi dikemudian hari.
5. Demikian disampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

SEKRETRARIS DAERAH
KABUPATEN GAYO LUES, *MW*



Ir. RASYIDIN PORANG
Pemhina Utama Muda (IV/c)
Nip. 19671220 199403 1 003

Tembusan :

1. Arsip



PEMERINTAH KABUPATEN GAYO LUES

SEKRETARIAT DAERAH

Jl. Tgk. Macmoed No. 02 Telp. (0642) 21629, Fax (0642) 21629
BLANGKEJEREN

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor : 489/ 79 /2020

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Drs. H. Buniyamin. S
Jabatan : Kabag Humas dan Protokoler
Alamat : Blangkejeren

Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa yang beridentitas :

Nama : **MARHABAN**
NPM : 1603110106
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Institusi : Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara

Telah selesai melakukan penelitian pada Bagian Humas dan Protokoler Sekretaris Daerah Kabupaten Gayo Lues, terhitung mulai tanggal 1 Oktober s/d 2 November 2020 untuk memperoleh data dalam rangka penyelesaian Penelitian berjudul : "**AKTIVITAS BAGIAN HUMAS DAN PROTOKOLER KABUPATEN GAYO LUES**".

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya.

Blangkejeren , 02 November 2020

KEPALA BAGIAN

HUMAS DAN PROTOKOLER



Drs. H. Buniyamin. S

NIP. 19640112 2001 1 003