

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM
MENINGKATKAN CITRA POSITIF PEMERINTAHAN
PROVINSI SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

Oleh:

ALDO KHANSA SURYA ALFATTAH

NPM 1803110077

Program Ilmu Komunikasi



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**

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 : ALDO KHANSA SURYA ALFATTAH
NPM : 1803110077
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Rabu , 12 Oktober 2022
Waktu : Pukul 08:00 s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr.FAUSTYNA,S.Sos,M.M,M.I.Kom

PENGUJI II : H.TENERMAN,S.Sos,M.I.Kom

PENGUJI III : Dr.ANANG ANAS AZHAR,M.A

()
()
()

Ketua

PANTIA PENGUJI

Sekretaris


Dr. ARIFFAN SALEH, S.Sos., M.SP


ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

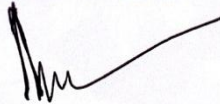
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama : **ALDO KHANSA SURYA ALFATTAH**
NPM : 1803110077
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF PEMERINTAHAN PROVINSI SUMATERA UTARA**

Medan, 12 Oktober 2022


PEMBIMBING



Dr. Anang Anas Azhar, M.A

Disetujui Oleh

KETUA PROGRAM STUDI



AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Aldo Khansa Surya Alfattah**, NPM **1803110077**, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

4. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh 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.
5. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
6. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kerjasama di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

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

Medan, 12 Oktober 2022

Yang menyatakan,



ALDO KHANSA SURYA ALFATTAH

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT berkat rahmat dan hidayahnya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Serta tidak lupa shalawat beserta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad Saw yang telah membawa umat manusia dari zaman kebodohan menuju jalan yang terang dan penuh dengan ilmu pengetahuan. Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus di tempuh untuk menyelesaikan studi di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Skripsi ini dibuat berdasarkan hasil penelitian terhadap strategi komunikasi humas dalam meningkatkan citra positif Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara. Dalam penulisan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan semangat, motivasi serta bantuan baik moril dan materil. Maka dari itu peneliti mengucapkan terimakasih banyak yang tidak terhitung kepada kedua orang tua bapak Suryadi dan ibu Misniaty Barus yang telah memberikan begitu banyak dukungan, do'a dan bantuan serta kasih sayang yang tidak pernah putus kepada peneliti. Dan peneliti berterimakasih juga kepada pihak yang telah membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini :

1. Bapak Prof. Dr. Agussani M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Bapak Abrar Adhani, S.Sos.,M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dra. Hj. Yurisna Tanjung, MAP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos.,M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Univeristas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos.,M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Univeristas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Dosen Pembimbing saya Bapak Assoc.Prof.Dr.Anang Anas Azhar,M.A, yang telah berperan besar dalam memberikan banyak arahan dan bantuan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Dosen Penguji Dr.Faustyna, S.Sos, MM, M.I.Kom yang telah berperan besar dalam memberikan banyak arahan dan bantuan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Univeristas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mendidik saya sampai sekarang ini.
10. Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu surat menyurat saya dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Bapak/Ibu staff Dinas Kominfo Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian.
12. Keluarga besar peneliti yang mendukung dalam penyelesaian skripsi ini, Abang dan kakak peneliti yaitu Jeffrey Al-ghani,S.Pd dan Yona Megan Pratiwi,A.Md.
13. Kepada Tiara Vivia Arista yang telah memberikan banyak dukungan, semangat dan motivasi kepada penulis. Dan juga teman seperjuangan di perskripsian ini.

14. Kepada teman seperjuangan seperskripsian Awang Normalanda, Siti Vivi, M.Reza Akbar, Adam Ridwan dan Kemas Abdul Hadi terimakasih banyak atas motivasi dan dukungan yang selalu diberikan kepada penulis.

15. Teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan support serta membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari laporan ini, baik dari materi maupun penyajiannya, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Medan, Oktober 2022

Aldo Khansa Surya Alfattah

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF PEMERINTAHAN PROVINSI SUMATERA UTARA

ABSTRAK

OLEH :

ALDO SURYA ALFATTAH

1803110077

Penelitian ini dilatar belakangi tentang strategi komunikasi Humas dalam meningkatkan citra positif Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara, dimana strategi komunikasi pemasaran digunakan untuk menyampaikan pesan kepada publik mengenai kegiatan serta kebijakan-kebijakan yang harus informasikan kepada publik. Tujuannya untuk mengetahui strategi komunikasi Humas Pemerintah Provinsi Sumatera Utara dalam meningkatkan citra positif. Rumusan masalah dari penelitian ini bagaimana strategi komunikasi Humas Provinsi Sumatera Utara dalam meningkatkan citra positif dan faktor-faktor apa saja yang harus di perhatikan dalam mempertahankan citra Pemerintah Provinsi Sumatera Utara. Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan pengunjungan ke Dinas Kominfo Provinsi Sumatera Utara. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian, Peneliti menyimpulkan bahwa Strategi yang digunakan humas dalam meningkatkan citra positif Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara dengan menerapkan strategi komunikasi yang menjadikan humas sebagai fasilitator komunikasi yaitu sebagai komunikator/mediator pada pihak publik guna membantupihak humas berkomunikasi dengan publik. Saran yang dapat diberikan ialah strategi yang digunakan huma Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara untuk meningkatkan citra Pemerintahan lebih mengutamakan startegi komunikasinya dengan memanfaatkan pers.

Keyword : Strategi, Humas, Citra

DAFTAR TABEL

| | |
|---|------------|
| KATA PENGANTAR | i |
| ABSTRAK..... | iv |
| DAFTAR ISI | v |
| DAFTAR TABEL | vi |
| DAFTAR GAMBAR | vii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 7 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis | 7 |
| 1.4.2 Manfaat Akademis..... | 7 |
| 1.5. Sistematika Penelitian | 7 |
| | |
| BAB II URAIAN TEORITIS..... | 9 |
| 2.1. Komunikasi | 9 |
| 2.2. Strategi Komunikasi..... | 11 |
| 2.3. Humas | 15 |
| 2.4. Humas Pemerintahan | 21 |
| 2.4.1. Program Humas | 22 |
| 2.4.2. Media dan Metode Humas | 23 |
| 2.5. Citra..... | 23 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 28 |
| 3.1. Jenis Penelitian..... | 28 |
| 3.2. Kerangka Konsep..... | 28 |
| 3.3. Definisi Konsep | 29 |
| 3.4. Kategorisasi Penelitian..... | 30 |
| 3.5. Informan/Narasumber | 30 |
| 3.6. Teknik Pengumpulan Data..... | 31 |
| 3.7. Teknik Analisis Data..... | 31 |
| 3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian | 32 |
| 3.9. Deskripsi Lokasi Penelitian | 33 |
| | |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 37 |
| 4.1. Hasil Penelitian | 37 |
| 4.1.1 Hasil Wawancara | 37 |
| 4.2. Hasil Wawancara | 42 |
| | |
| BAB V PENUTUP | 47 |
| 5.1. Kesimpulan | 47 |
| 5.2. Saran | 48 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | 49 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian | 29 |
| Tabel 3.2 Tabel Matrikk Jadwal Penelitian | 32 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 3.1 Kerangka Konsep | 29 |
| Gambar 3.2 Kangor Dinas Kominfo Pemprovsu..... | 33 |
| Gambar 4.1 Dokumentasi Narasumber 1 | 37 |
| Gambar 4.2 Dokumentasi Narasumber 2 | 40 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi biasa digunakan oleh Humas, Humas merupakan bagian dari suatu perusahaan, instansi pemerintahan maupun organisasi. Terlebih lagi humas yang memiliki kepentingan masyarakat luas seperti humas dalam instansi pemerintahan. Dibutuhkan kecepatan dan ketepatan informasi yang disampaikan untuk membuat masyarakat menerima informasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Komunikasi yang baik agar tujuan dari instansi tersebut dapat tercapai. Menjadi seorang humas merupakan jembatan bagi publik dan instansi yang ia wakili. Menjadi jembatan bagi publik dan instansi dimana ia bekerja membutuhkan skill , attitude yang baik serta tenaga yang prima untuk mencapai tujuan dengan baik.

Humas memiliki dua peran penting yang harus dijalankan dengan penuh tanggung jawab yakni peran sebagai teknisi dan manajemen. Namun, dalam pelaksanaannya humas memiliki tiga peran yaitu pertama sebagai pemberi penjelasan, artinya seorang humas memiliki kelebihan dalam mendefinisikan permasalahan, memberi saran guna penyelesaian, serta memantau kebijakan yang telah diimplementasikan, dalam hal ini humas biasa disebut ahli konsultan. Kedua sebagai fasilitator komunikasi, artinya humas bertugas untuk menjaga hubungan baik serta komunikasi dua arah yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak yakni masyarakat dilingkungan dengan suatu organisasi baik

itu pemerintah ataupun perusahaan swasta. Ketiga sebagai fasilitator pemecahan masalah, yaitu orang yang bermitra dengan senior untuk mengidentifikasi dan memecahkan masalah.

Humas, harus menjalin hubungan baik itu publik internal maupun publik eksternal. Menurut (Ruslan, 2012) yang dimaksud dengan publik internal adalah “publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri”. Sebagai humas yang baik tentu menjaga hubungan dan komunikasi dengan bagian lain dalam suatu perusahaan agar tidak terjadi miss komunikasi dan saling berinteraksi untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan ia juga menjelaskan yang dimaksud publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap perusahaan yang diwakilinya.

Cutlip dan Center dalam (Faustyna, 2022.), menyatakan bahwa Humas adalah fungsi manajemen untuk menilai sikap, dan perilaku, menentukan kebijakan, merencanakan dan membuat program, atau Humas adalah aktor di instansi dalam komunikasi pemasaran.

Humas yang pertama adalah menciptakan kesan. Kesan merupakan sesuatu yang terasa atau terpikirkan terhadap seseorang, produk, atau situasi, sesuai dengan tingkat pengetahuan orang tersebut, jadi adapun tugas humas dalam menciptakan kesan guna stigma seseorang terhadap perusahaan tersebut baik dan menjadi suatu keuntungan bagi perusahaan itu sendiri.

Humas, salah satu peran penting yang dilakukan oleh humas adalah menciptakan citra (kesan), baik itu citra positif ataupun citra negatif. Dalam menciptakan suatu citra, humas menjadi dapat menjadi juru dari

instansi tersebut karena seorang humas biasanya memiliki relasi yang cukup luas sehingga dapat membentuk citra perusahaan dengan koneksi yang ia punya. Bukan hal yang mudah untuk membangun sebuah citra, terlebih lagi berurusan dengan citra pimpinan ataupun pemerintahan. Dibutuhkan kecerdasan tersendiri untuk memahami suatu kondisi dan mental yang kuat untuk menghadapi suatu kondisi.

Lembaga memiliki citra yang merupakan salah satu aset penting bagi organisasi yang selanjutnya harus terus menerus dibangun dan dipelihara. Menurut Kazt (Soleh Soemirat, 2010), citra adalah cara pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. Pihak lain yang dimaksudkan dalam hal ini adalah publik. Dengan adanya citra ini, berpengaruh kepada pandangan masyarakat terhadap suatu instansi. Jika citra yang dibangun baik, maka itu dapat berdampak baik dikarenakan dapat meningkatkan kepercayaan publik. Dengan meningkatnya kepercayaan publik terhadap suatu instansi maka memberikan peluang kepada instansi tersebut untuk meraih keuntungan itu sendiri.

Kazt (MD.Rahadhini, 2008), citra adalah cara pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. Pihak lain yang dimaksudkan dalam hal ini adalah publik. Dengan adanya citra ini, berpengaruh kepada pandangan masyarakat terhadap suatu instansi. Jika citra yang dibangun baik, maka itu dapat berdampak baik dikarenakan dapat meningkatkan kepercayaan publik. Dengan meningkatnya kepercayaan publik terhadap suatu instansi maka memberikan peluang kepada instansi tersebut untuk meraih keuntungan itu sendiri.

Humas pemerintah bertugas yang berhubungan dengan kebijakan pemerintah dan masyarakat. Sehingga tugas dari humas pemerintahan diantaranya memberikan penerangan dan pendidikan kepada masyarakat tentang kebijakan, langkah-langkah,

dan tindakan-tindakan pemerintah, serta memberikan pelayanan kepada masyarakat berupa informasi yang diperlukan secara terbuka, jujur dan obyektif. Pemerintah merupakan sumber informasi yang penting bagi media, karena itu sikap keterbukaan informasi sangat diperlukan. Selain itu humas pemerintahan juga mempromosikan perkembangan ekonomi, dan kebudayaan yang telah dicapai oleh bangsa kepada khalayak di dalam maupun di luar negeri. Dan yang terakhir memonitor pendapat umum tentang kebijakan pemerintah, selanjutnya menyampaikan tanggapan masyarakat dalam bentuk feedback kepada pimpinan instansi Pemerintahan yang bersangkutan sebagai input. Dari tugas humas pemerintahan diatas, humas juga perlu untuk menciptakan citra yang baik, humas harus memberikan informasi yang berhubungan dengan kebutuhan masyarakat. Terlebih lagi dalam suatu instansi pemerintahan yang notabene adalah untuk melayani masyarakat. Dengan diberlakukannya Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, maka semua informasi yang berhubungan langsung dengan public wajib hukumnya untuk dibuka kecuali yang terkait dengan rahasia negara.

Strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Sri Aulia Fakhrunisa, 2019).

Strategi komunikasi dalam suatu organisasi adalah untuk dapat mempertahankan eksistensi suatu organisasi baik dalam pandangan anggota organisasi maupun di masyarakat sehingga dengan strategi komunikasi ini semua rencana kegiatan atau program kerja dapat terlaksana dengan baik. Untuk mencapai kemajuan organisasi. Strategi komunikasi dapat dikatakan sebagai suatu

wacana yang menggunakan gagasan relevansi bersyarat, dimana wacana tersebut secara sadar direncanakan dan disusun untuk memecahkan suatu masalah dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang ada dalam suatu organisasi (Lubis dkk, 2021)

Instansi pemerintah adalah sebutan kolektif meliputi satuan kerja/satuan organisasi kementerian/departemen, Lembaga Pemerintah Non Departemen, kesekretariatan lembaga tinggi negara, dan instansi pemerintah lainnya, baik pusat maupun daerah, termasuk Badan Usaha Milik Negara, Badan Hukum Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah. Dalam pedoman Penyusunan Penetapan Kinerja Daerah, Instansi pemerintah adalah sebuah kolektif dari unit organisasi pemerintahan yang menjalankan tugas dan fungsinya sesuai dengan ketentuan yang berlaku, meliputi Kementerian Koordinator/ Kementerian Negara/ Departemen/ Lembaga Pemerintah Non Departemen, Pemerintah Provinsi, Pemko, Pemkab serta lembaga-lembaga pemerintahan yang menjalankan fungsi pemerintahan dengan menggunakan APBN dan/APBD. Kebanyakan humas pemerintahan diarahkan untuk hubungan dengan media, masalah umum, dokumentasi dan publikasi. Begitu pula dengan namanya yang dikenal selain Divisi Humas, ada juga Sekretaris Pers, Divisi Informasi & Komunikasi, Bagian Umum, Pusat Dokumentasi dan Publikasi, dsb.

Pemerintah Provinsi Sumatera Utara memiliki struktur kerja yang sudah diatur sedemikian rupa sesuai dengan tupoksinya masing-masing. Dalam hal ini peneliti tertarik untuk meneliti tentang strategi komunikasi apa yang digunakan oleh Humas Pemerintah Provinsi Sumatera Utara untuk menjaga dan menaikkan citra yang dimiliki oleh Pemerintah Provinsi Sumatera Utara. Dalam struktur terdapat bagian

Humas, Protokol dan Rumah Tangga dalam sistem Pemerintahannya. Tetapi setelah ditelusuri Humas, Protokol dan Rumah Tangga memiliki tupoksi yang lebih berfokus kepada Keprotokoleran Gubernur, sehingga tupoksinya mengarah kepada tugas dan kegiatan Gubernur Sumatera Utara. Dengan begitu tugas kehumasan dalam Pemerintah Provinsi Sumatera Utara merupakan Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara. Tugas kehumasan seperti informasi dan pemberitaan, hubungan antar Pemerintah dan masyarakat, serta menjaga citra dari Pemerintah Provinsi Sumatera Utara dan tugas kehumasan lainnya sudah menjadi tupoksi dari Dinas Komunikasi dan Informatika.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian secara mendalam tentang bagaimana Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pemerintah Provinsi Sumatera Utara.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan Masalah penelitian penulis, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi komunikasi Humas Provinsi Sumatera Utara dalam meningkatkan citra positif ?
2. Faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan dalam mempertahankan citra Pemerintah Provinsi Sumatera Utara ?.

1.3 Tujuan Penelitian

Peneliti bertujuan pada penelitian ini untuk :

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi Humas Pemerintah Provinsi Sumatera Utara dalam meningkatkan citra positif.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam mempertahankan citra Pemerintah Provinsi Sumatera Utara.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Peneliti menggunakan manfaat teoritis yang memiliki manfaat sebagai pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya tentang bagaimana strategi komunikasi humas dalam meningkatkan citra positif pemerintahan Provinsi Sumatera Utara.

1.4.2 Manfaat Akademis

Peneliti menggunakan manfaat secara akademis diharapkan dapat memberikan manfaat untuk memperdalam ilmu pengetahuan dan dapat menjadi sumber penelitian khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

BAB II URAIAN TEORITIS

Pada bab ini menjelaskan tentang Komunikasi, Strategi Komunikasi, Humas, Humas Pemerintahan, dan Citra.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan persiapan dan pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi informasi, teknik pengeumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian serta sistematika penulisan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan hasil dari penelitian dan Pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang Simpulan dan Saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi

Komunikasi adalah proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan nonverbal. Segala perilaku dapat disebut komunikasi jika melibatkan dua orang atau lebih (Mulyana, 2018). Masih dalam Mulyana, komunikasi melibatkan ekspektasi, persepsi, pilihan, tindakan dan penafsiran. Setiap kita berkomunikasi dengan seseorang, tidak diragukan bahwa orang tersebut berasal dari suatu lingkungan budaya tertentu, bukan orang yang tiba dari ruang hampa-sosial. Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata *communico* yang artinya membagi.

Everett M. Rogers (1998, hal 20) menyatakan bahwa komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari suatu sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Jadi, secara sederhana komunikasi dapat dipandang sebagai suatu proses penransferan ide, berita atau pesan dari sumber berita (*source*) kepada penerima berita (*receiver*) dengan maksud agar terjadi suatu efek yang diinginkan pada pihak penerima berita.

Komunikasi melibatkan berbagai komponen yang berinteraksi satu sama lain dan saling mempengaruhi. Masing-masing komponen mempunyai fungsi yang berbeda dalam rangka mencapai tujuan komunikasi itu. Berikut akan diuraikan komponen-komponen tersebut secara sederhana.

- a. Sumber (*source*), yaitu pihak yang berinisiatif dalam penyampaian pesan. Sumber ini bisa berupa individu, kelompok, atau dapat pula berupa organisasi.
- b. Penerima pesan (*receiver*), adalah orang atau pihak yang menerima pesan/informasi yang disampaikan oleh sumber pesan. Dalam komunikasi interpersonal, pada tahap awalnya setiap orang dibedakan atas sumber dan penerima. Namun pada proses berikutnya, masing-masingnya sekaligus akan berfungsi sebagai sumber dan penerima.
- c. Pesan/berita (*message*), adalah stimulus yang disampaikan dari sumber kepada penerima. Stimuli tidak mempunyai arti apa-apa, oranglah yang memberikan arti pada stimulus tersebut sehingga menjadikannya sebagai pesan. Karena makna suatu pesan tergantung kepada persepsi penerimanya, maka pesan yang sama dapat menimbulkan arti atau makna yang berbeda oleh penerima pesan.
- d. Saluran (*channel*), yaitu segala sesuatu atau seperangkat instrumen, teknik atau cara yang digunakan dalam usaha menyampaikan pesan.
- e. Efek atau pengaruh adalah perubahan yang terjadi pada penerima sebagai akibat dari pesan yang disampaikan. Efek yang diharapkan terjadi pada si penerima pesan meliputi perubahan pada aspek pengetahuan, sikap, dan tindakan/perbuatan. Kesesuaian antara pesan yang diterima dengan efek yang diberikan memberikan isyarat kepada sumber tentang efektivitas komunikasi

- f. Umpan balik, adalah respon dari si penerima terhadap pesan si sumber, yang memberi petunjuk pada si sumber tentang efektivitas dari komunikasi.

2.2 Strategi Komunikasi

Aktivitas dan kegiatan yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari itu tentu dilakukan tidak asal terjadi namun semua membutuhkan rencana dan strategi agar yang kita inginkan atau tujuan kita dapat tercapai. Kegiatan komunikasi yang dilakukan harus melalui tahapan-tahapan yang menjadikan kegiatan tersebut menjadi berkualitas. Komunikasi yang berkualitas tentu harus direncanakan secara matang dan tepat, sehingga membutuhkan strategi komunikasi. Strategi komunikasi dapat membuat kegiatan komunikasi yang akan dilakukan menjadi tepat baik pesan ataupun sarannya.

Strategi adalah konsep yang mengacu pada suatu jaringan yang kompleks dari pemikiran, ide-ide, pengertian yang mendalam, pengalaman, sasaran, keahlian, memori, persepsi, dan harapan yang membimbing untuk menyusun suatu kerangka pikiran umum agar kita dapat memutuskan tindakan-tindakan yang spesifik bagi tercapainya tujuan. (Lilweri 2004). Dari penjelasan diatas mengenai strategi, maka Strategi komunikasi menurut (Lilweri 2004) adalah:

1. Strategi yang mengartikulasikan, menjelaskan dan mempromosikan suatu visi komunikasi dan satuan tujuan komunikasi dalam suatu rumusan yang baik.
2. Strategi untuk menciptakan komunikasi yang konsisten, komunikasi yang dilakukan berdasarkan suatu pilihan (keputusan) dari beberapa opsi komunikasi.

3. Strategi berbeda dengan taktik, strategi komunikasi menjelaskan tahapan konkret dalam rangkaian aktivitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik bagi pengimplementasian tujuan komunikasi. Adapun taktik adalah satu pilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.
4. Adapun tujuan akhir komunikasi, strategi berperan memfasilitasi perubahan perilaku untuk mencapai tujuan komunikasi manajemen.

(Lubis et al., 2021) menyatakan bahwa, Pentingnya strategi komunikasi dalam suatu organisasi adalah untuk dapat mempertahankan eksistensi suatu organisasi baik dalam pandangan anggota organisasi maupun di masyarakat sehingga dengan strategi komunikasi ini semua rencana kegiatan atau program kerja dapat terlaksana dengan baik. Untuk mencapai kemajuan organisasi. Strategi komunikasi dapat dikatakan sebagai suatu wacana yang menggunakan gagasan relevansi bersyarat, dimana wacana tersebut secara sadar direncanakan dan disusun untuk memecahkan suatu masalah dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang ada dalam suatu organisasi. Cara agar tujuan komunikasi berjalan dengan baik dan efisien adalah dengan menggunakan strategi komunikasi .

Strategi komunikasi yang tepat bertujuan untuk mencapai kegiatan komunikasi yang baik. Dalam strategi komunikasi sendiri memiliki tujuan tersendiri. Menurut (Liliwari, 2004), tujuan strategi komunikasi diantaranya adalah:

1. Memberitahu (*Announcing*), Tujuan pertama dari strategi komunikasi adalah announcing, yaitu pemberitahuan tentang kapasitas dan kualitas informasi (*one of the first goals of your communication strategy is to announce the availability of information on quality*). Oleh karena itu, informasi yang akan dipromosikan sedapat mungkin berkaitan dengan informasi utama dari seluruh informasi yang demikian penting.
2. Memotivasi (*Motivating*), Informasi yang diberikan harus dapat memotivasi khalayak untuk mencari dan mendapatkan kesempatan dari tujuan informasi yang disebarkan
3. Mendidik (*Educating*), Strategi yang berikutnya adalah edukasi. Tiap informasi yang disebarkan harus disampaikan dalam kemasan educating atau bersifat mendidik.
4. Menyebarkan Informasi (*Informing*), Salah satu tujuan strategi komunikasi adalah menyebarluaskan informasi kepada masyarakat atau audiens yang menjadi sasaran. Diusahakan agar informasi yang disebarkan merupakan informasi yang spesifik dan aktual, sehingga dapat digunakan konsumen. Apalagi jika informasi ini tidak saja sekedar pemberitahuan atau motivasi semata, tetapi mengandung unsur pendidikan. Ini yang dapat kita sebut dengan *strategy of informing*.
5. Mendukung pembuatan keputusan (*Supporting Decision Making*), Tujuan strategi komunikasi terakhir adalah strategi yang mendukung pembuatan keputusan. Dalam rangka pembuatan keputusan, maka informasi yang

dikumpulkan, dikategorisasi, dianalisis sedemikian rupa, sehingga dapat dijadikan informasi utama bagi pembuatan keputusan.

Komunikasi tentu saja ingin komunikasi yang terjadi itu efektif. Maka dari itu kita juga membutuhkan strategi komunikasi yang tepat agar komunikasi yang terjalin juga efektif. Berikut adalah strategi untuk mencapai komunikasi yang efektif:

1. Inovasi yang adaptif (*adaptive innovation*).

Inovasi adalah suatu perubahan untuk meningkatkan kualitas komunikasi. Maka perubahan yang harus disarankan adalah perubahan dengan bentuk yang dapat diadaptasikan ke dalam perusahaan dan jangan salah memilih inovasi yang malah membuat kesan jelek pada tujuan anda.

2. Manajemen kewirausahaan (*entrepreneurial*).

Mengorientasikan para pekerja dengan kekuatan sendiri untuk mendapatkan keuntungan, yang mana hendaklah menjadi pemimpin sebagaimana yang anda cita-citakan.

3. *One voice*

Strategi komunikasi mengandalkan seluruh kerabat kerja di perusahaan anda harus satu suara untuk satu produk.

4. Sesuaikan waktu (*showtime*)

Semua komunikasi berada tepat di on stage. Prinsip tetap diatas panggung inilah yang harus disampaikan kepada pihak lain.

5. Strategi mempercepat (*strategic speed*)

Bekerja cepat dan bekerja cerdas merupakan usaha untuk mengisi peluang pasar.

6. Disiplin berdialog

Pengawasan terhadap kata-kata yang diucapkan maupun yang dipresentasikan dalam pertemuan bisnis.

2.3 Humas

Humas (hubungan masyarakat) merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang non komersial. Mulai dari yayasan, perguruan tinggi, dinas militer, sampai dengan lembaga-lembaga pemerintah, bahkan pesantren pun memerlukan humas. Kebutuhan akan kehadirannya tidak bisa dicegah, terlepas dari kata menyukai atau tidak, karena humas merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif, arti penting humas sebagai sumber informasi terpercaya kian terasa pada era globalisasi dan banjir informasi seperti saat ini.

HUmas mulai memasukan aspek komunikasi atau hubungan dua arah (*two-way communications*). Definisi mengenai humas kemudian memasukan kata-kata seperti reciprocal (timbal balik) mutual (saling) dan between (antara). Dengan demikian, pengertian humas sudah mengandung pengertian aksi timbal balik. Menurut parah ahli Frank Jefkins, humas adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu

kedalam maupun keluar antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian

(Rudy, 2005) menyatakan bahwa, Humas merupakan terjemahan bebas dari istilah *public relations* atau PR, kedua istilah ini akan dipakai secara bergantian, itu terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang berkepentingan dengannya. Setiap orang juga pada dasarnya juga mengalami humas, kecuali jika ia adalah sejenis tarzan yang tidak pernah bertemu dan menjalin kontak dengan manusia lainnya. Istilah dasar ini acap kali kabur dan tidak semua orang memahaminya. Karena begitu banyaknya definisi yang berkembang dari banyak tokoh, maka para praktisi *public relations* / humas yang berasal dari berbagai negara di dunia, yang tergabung dalam “The International Public Relations Association” menarik kesimpulan mengenai definisi tersebut. Dimana definisi tersebut diharapkan dapat diterapkan dan dipraktikkan secara bersama-sama.

“Hubungan Masyarakat adalah fungsi manajemen dari sikap budi yang berencana dan berkesinambungan, yang dengan itu organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga yang bersifat umum dan pribadi berupaya membina pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang ada kaitannya atau yang mungkin ada hubungannya dengan jalan menilai pendapat umum diantara mereka, untuk mengorelasikan, sedapat mungkin, kebijaksanaan dan tata cara mereka, yang dengan informasi yang berencana dan tersebar luas, mencapai kerjasama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien”. Secara umum, para profesional hubungan masyarakat adalah

manajer komunikasi yang mengatur dan mengintegrasikan aktivitas komunikasi, atau teknisi komunikasi yang menulis dan membangun pesan kehumasan kepada publik.

Humas memegang peran penting bagi perusahaan atau instansi sebab, humas merupakan jembatan antara instansi atau perusahaan dengan masyarakat. Berdasarkan hal tersebut maka humas memiliki peran yang dilakukannya dalam perusahaan atau instansi tersebut. Adapun empat peran humas menurut Dozier dan Broom adalah sebagai berikut:

1. Penasehat Ahli (*Expert presciber*)

Seorang humas yang berpengalaman yang memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencairkan solusi dan penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya, dan PR's akan dipercaya dalam mengatasi persoalan yang dihadapi oleh pihak yang bersangkutan.

2. Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*)

Humas akan bertindak sebagai mediator yang akan membantu pihak manajemen untuk mendengar apa yang diinginkan oleh publik, dan begitu juga sebaliknya. Dengan komunikasi timbal balik tersebut akan tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung, dan toleransi yang baik antar dua pihak.

3. Fasilitator Proses Pemecah Masalah (*Problem solving process fasilitator*)

Praktisi humas membantu pimpinan untuk mengambil suatu keputusan dalam suatupersoalan atau krisis yang dihadapi secara rasional dan professional.

4. Teknisi Komunikasi (*Communication technician*)

Peranan ini menjadikan humas sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi, sistem komunikasi dalam organisasi tergantung dari berbagai tingkatan sehingga teknis komunikasi dipergunakan sesuai dengan tingkatan dari atas ataupun bawah.

Humas dapat diartikan bahwa dengan adanya humas dalam suatu perusahaan atau instansi, maka humas berfungsi sebagai jembatan komunikasi baik intern ataupun ekstern dengan menumbuhkan hubungan yang positif sehingga terciptalah opini publik yang menguntungkan bagi pihak perusahaan atau instansi.

F. Rachmadi (Rachmadi, 1992) dijelaskan beberapa tugas pokok humas adalah:

1. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi/pesan secara lisan, tertulis atau melalui gambar (*visual*) kepada publik, sehingga publik mempunyai pengertian yang hal ikhwal perusahaan atau lembaga, segenap tujuan serta kegiatan yang dilakukan.
2. Memonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum/masyarakat.
3. Mempelajari dan melakukan analisis reaksi public terhadap kebijakan perusahaan/lembaga, maupun segala macam pendapat (*public acceptance dan nonn – acceptance*)
4. Penyelenggaraan hubungan baik dengan masyarakat dan media massa untuk memperoleh penerimaan publik (*public favour*), pendapat umum (*public opinion*) dan perubahan sikap.

Cultip & Centre, and Canfield dalam (Ruslan 2016:19), menyampaikan bahwa kegiatan PR/humas dirumuskan sebagai :

1. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan tujuan bersama.
2. Membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
3. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya, atau sebaliknya.
4. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan dan manfaat bersama.
5. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan/organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.

Sebuah manajemen humas dalam sebuah organisasi biasanya menjalankan fungsinya melalui beberapa tahapan agar dijalankan dengan baik. Maka tahapan yang dijalankan adalah sebagai berikut (Ruslan 2016:25) :

1. Perencanaan (*Planning*), Meliputi penetapan tujuan dan standar, penentuan aturan dan prosedur, pembuatan rencana serta ramalan (prediksi) apa yang akan terjadi.
2. Pengorganisasian (*Organizing*), Meliputi pemberian tugas terpisah kepada masing-masing pihak, membentuk bagian, mendelegasikan dan menetapkan jalur wewenang, mendelegasikan dan menetapkan sistem komunikasi, serta mengkoordinir kerja setiap karyawan dalam satu tim yang solid dan terorganisasi.

3. Pengkomunikasian (*communicating*), Kegiatan komunikasi dilakukan agar dalam pelaksanaannya diperoleh hasil yang diharapkan maka prinsip-prinsip dalam komunikasi perlu diperhatikan. Agar proses komunikasi dapat berjalan dengan baik, maka beberapa hal perlu diperhatikan yaitu kredibilitas, keterkaitan, isi, kejelasan, keberlanjutan dan konsistensi, saluran atau media dan kemampuan khalayak. Faktor-faktor tersebut perlu diperhitungkan secara sungguh-sungguh agar kegiatan yang dilakukan dapat berhasil sesuai dengan harapan.
4. Pengawasan (*controlling*), Fungsi terakhir manajemen ini mencakup, persiapan suatu standar kualitas dan kuantitas hasil kerja, baik berbentuk produk maupun jasa yang diberikan perusahaan/organisasi dalam upaya pencapaian tujuan, produktivitas dan terciptanya citra yang positif.
5. Penilaian (*evaluating*), Tahap evaluasi merupakan tahapan penilaian terhadap program dan hasil kerja aktivitas public relations. Pelaksanaan kegiatan humas harus dievaluasi atau dilakukan perbaikan – perbaikan agar permasalahan atau hambatan yang ada dapat diatasi dan dipecahkan serta menciptakan hubungan yang harmonis diantara publik suatu badan / lembaga / perusahaan. Humas harus mempunyai keterampilan dalam menelaah hasil-hasil yang diperoleh dengan menggunakan berbagai alat bantu, misalnya riset mengenai pendapat umum, riset mengenai perilaku, motivasi, analisis isi dan lain-lain.

Humas tentu memiliki tujuan yang akan dicapai dalam tugasnya. Tujuan utama dari seorang humas adalah memengaruhi perilaku orang secara individu maupun kelompok saat saling berhubungan. Upaya memengaruhi tersebut guna membentuk suatu persepsi baik dan bagus yang berdampak baik dan menciptakan kesuksesan bagi perusahaan.

Jika dirincikan, humas dapat membantumulakukan banya hal dan mencapai tujuan perusahaan atau lembaga seperti :

1. Membangun sebuah citra dan identitas perusahaan.
2. Menciptakan i'tikad baik untuk para konsumen, pemasok, atau komunitas lokal.
3. Mempromosikan dan meningkatkan citra diri secara personal atau perusahaan.
4. Memperoleh liputan yang baik dari pers.
5. Penerimaan oleh komunitas lokal.
6. Mengubah cara pikir orang lain terhadap perusahaan atau lembaga.

Humas memiliki tujuan dan sasaran kerja, diantaranya:

1. Sasaran yang berupa internal, yang dimaksud dengan publik adalah kelompok masyarakat yang harus selalu dihubungi dalam melaksanakan humas. sasaran ini berada di lingkungan sendiri, yaitu seluruh pegawai mulai dari karyawan terendah samapai dengan karyawan tertinggi.
2. Sasaran yang berupa publik eksternal, sasaran ini berupa orang-orang yang berada di luar lingkungan/jajaran, misalnya para anggota masyarakat dan wartawan. (Widjaja, 2008 : 59).

2.4 Humas Pemerintahan

Humas pemerintah tidak berbeda jauh dengan humas pada umumnya. Humas pemerintah merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka tugas penyebaran informasi kebijakan, program dan kegiatan-kegiatan lembaga pemerintah kepada masyarakat (Rahmadi, 1992: 77). Humas dalam pemerintah adalah kebijaksanaan dan pemberian pelayanan kepada masyarakat dengan sikap yang tepat untuk kepentingan golongan agar lembaga atau instansi dimana humas itu berada memperoleh kepercayaan dari publiknya, yaitu masyarakat dalam arti luas.

Tugas Humas Pemerintahan ada dua bagian:

1. Tugas Strategis yaitu ikut serta dalam *decision making process*.
2. Tugas taktis :
 - a. Memberikan Informasi
 - b. Memberikan Motivasi
 - c. Menjalankan komunikasi timbal balik
 - d. Membuat Citra

Kampanye Humas bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran pengetahuan masyarakat agar dapat meraih memperhatikan dan menciptakan persepsi positif terhadap kegiatan organisasi perusahaan yang bertujuan untuk membangun kepercayaan dan citra baik masyarakat dari penyampaian pesan yang intensif dalam proses komunikasi yang berlangsung. Dalam arti luas, kampanye kehumasan dapat memberikan informasi kepada masyarakat untuk memperoleh pemahaman dan motivasi masyarakat terhadap suatu kegiatan atau program kerja melalui proses dan teknik komunikasi yang berkesinambungan dan terencana guna mencapai publisitas yang diinginkan dan citra positif bagi keberlanjutan dan keberadaan organisasi (Wahyudi & Adhani, 2021).

2.4.1 Program Humas

Humas memiliki program yang sesuai peranannya sebagai pengabdian untuk kepentingan umum, sebagai mediator antara pimpinan dengan publik, dan sebagai dokumentator, maka program humas dititik beratkan pada:

1. Program layanan, program ini berupa pelayanan data/informasi baik secara lisan maupun tertulis, termasuk penyelenggara display tetap dan pameran.

2. Program mediator, program ini berupa penerbitan berbagai media massa, penyelenggara konferensi pers, wisata pers, menjawab surat pembaca, menanggapi tajuk rencana yang negatif dan lain-lain
3. Program dokumentator, program ini berupa pembuatan dokumentasi film, foto rekaman (kaset audio dan video), transkrip pidato dan lain-lain.

2.4.2 Media dan Metode Humas

Media memegang peranan penting dalam mensukseskan upaya humas, terlebih-lebih bila dilihat populasi jagkauan humas sangat luas dan banyak jumlahnya. Setiap media memiliki keunggulan dan kelemahannya masing-masing, namun dengan digunakan secara terpadu akan saling melengkapi. Oleh karena itu media yang digunakan humas selama ini adalah sebagai berikut:

1. Media tradisional dengan metode tatap muka, komunikasi tatap muka diselenggarakan dalam berbagai bentuk media tradisional, misalnya pameran, ceramah, diskusi, kunjungan bersama-sama pers dan lain-lain
2. Media massa dengan metode tidak langsung, media yang digunakan humas berupa yaitu: pertama, media elektronik: RRI, TVRI, FILM, VIDEO, SLIDE. Kedua, media cetak: harian, mingguan, bulanan, triwulanan, leaflet, poster, spanduk, stiker.

2.5 Citra

Citra seringkali disebut image yang tercipta di masyarakat terhadap suatu organisasi atau perusahaan. Pengertian citra berdasarkan KBBI merupakan kata benda yang berarti rupa, gambar(an), gambaran yang dimiliki oleh orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk. Dalam (Ishaq, 2017) Bill Canton mendefinisikan citra dengan *“Image is the impression, the feeling, the conception which the public has of company, a consciously created impression of an*

object, person or organization”, yang berarti citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan atau organisasi, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang, atau organisasi. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa citra merupakan suatu kesan dan gambaran yang orang rasakan terhadap suatu objek baik sengaja dibentuk oleh seseorang ataupun dari suatu perusahaan atau lembaga.

Citra sebuah perusahaan berakar dari kepercayaan yang diberikan secara individu terhadap sebuah organisasi atau perusahaan yang berupa pandangan tertentu. Hal ini berkaitan dengan persepsi yang dimiliki oleh seseorang mengenai organisasi atau perusahaan tersebut. Citra adalah hal yang menjadi salah satu tujuan Humas. Citra yang diciptakan tidak bisa diukur secara angka, namun secara penilaian apakah nilai yang tercipta itu citra yang baik ataukah citra yang buruk.

Citra positif tentu saja menjadi suatu yang diidamkan setiap perusahaan ataupun instansi. Dengan adanya citra positif, kredibilitas instansi tersebut dapat meningkat dan berpengaruh kedepannya. Citra seseorang terhadap suatu objek dapat diketahui dari sikapnya terhadap objek tersebut. Semua sikap bersumber pada organisasi kognitif pada informasi dan pengetahuan yang kita miliki (Soemirat dan Ardianto 2005 : 114).

Ishaq (2017:162) mengatakan bahwa ada beberapa faktor yang membentuk suatu citra diantaranya adalah:

1. Identitas Identitas dibagi menjadi dua yaitu:
 - a. Identitas fisik: motto, tag line, logo, font, warna, dsb.
 - b. Identitas non fisik: filosofi, sejarah, nilai, budaya yang disematkan dalam identitas.

2. Manajemen organisasi Visi, misi, sistem pengambilan keputusan, struktur organisasi, sistem pelayanan, dsb.
3. Pola komunikasi Setiap organisasi memiliki pola komunikasi yang berbeda-beda disetiap tempatnya, baik komunikasi internal maupun eksternal. Dengan pola komunikasi ini akan membentuk suatu citra bagi organisasi.
4. Kualitas Produk Kualitas produk atau layanan organisasi sangat tergantung terhadap segmentasi organisasi. Segmentasi perusahaan akan berkait erat dengan produk yang dihasilkannya. Karakter suatu produk menjadi salah satu faktor pembentuk citra suatu perusahaan atau organisasi.

Frank Jefkins dalam (Ruslan, 2016:77-79) terdapat beberapa jenis citra yang dikenal di dunia aktivitas public relations sebagai berikut :

1. Citra cermin (*mirror image*), Pengertian di sini bahwa citra cermin yang diyakini oleh perusahaan bersangkutan-terutama para pemimpin-yang selalu merasa dalam posisi baik tanpa mengacuhkan kesan orang luar.
2. Citra kini (*current image*), Citra merupakan kesan yang baik diperoleh dari orang lain tentang perusahaan/ organisasi atau hal yang berkaitan dengan produknya.
3. Citra keinginan (*wish image*), Citra keinginan ini adalah seperti apa yang ingin dicapai oleh pihak manajemen terhadap lembaga/ perusahaan, atau produk yang ditampilkan tersebut lebih dikenal, menyenangkan dan diterima dengan kesan yang selalu positif diberikan oleh publiiknya atau masyarakat umum.
4. Citra perusahaan (*corporate image*), Jenis citra ini adalah yang berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya, bagaimana menciptakan citra perusahaan yang positif.

5. Citra sarbaneka (*multiple image*), Merupakan pelengkap dari citra perusahaan di atas, misalnya bagaimana pihak PR's-nya akan menampilkan pengenalan terhadap identitas perusahaan.
6. Citra penampilan (*performance image*), Citra penampilan ini lebih ditujukan kepada subjeknya, bagaimana kinerja atau penampilan diri para profesional pada perusahaan bersangkutan.

Citra adalah sesuatu yang tidak tampak, namun dapat dirasakan dampaknya terhadap seseorang atau suatu perusahaan. Citra juga secara konseptual dapat dirasakan fungsinya, adapun fungsi dari citra menurut Akh. Munawafik Saleh (Ishaq 2017:164-165) adalah sebagai berikut :

1. Manfaat citra bagi publik internal adalah membangun rasa bangga, rasa memiliki, memotivasi bagi karyawan, dan pada akhirnya adalah mendorong pertumbuhan produksi dan meningkatkan profitabilitas organisasi atau perusahaan.
2. Manfaat citra bagi publik eksternal adalah :
 - a. Untuk memudahkan identifikasi konsumen atas suatu produk perusahaan.
 - b. Diterima oleh konsumen, membangun dan memelihara kepercayaan konsumen dan investor.
 - c. Membangun reputasi positif dan meningkatkan daya saing.
 - d. Untuk mewujudkan daya tahan (*survive*) perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

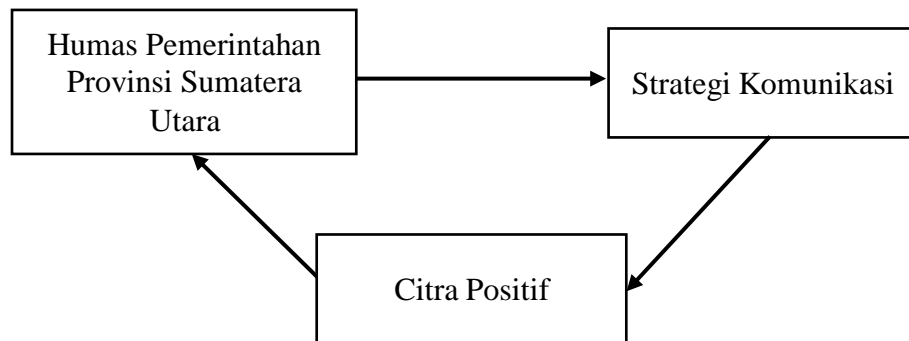
Jenis penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini peneliti memilih metode deskriptif kualitatif, dimana metode ini bersifat menyelidiki objek yang tidak dapat diukur oleh angka-angka ataupun ukuran lain yang bersifat eksak. Penelitian kualitatif dapat juga diartikan sebagai riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Penelitian kualitatif dapat juga diartikan sebagai riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan ialah observasi, wawancara dan dokumentasi (Hardini dkk, 2020)

(Sugiyono, 2012) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep menurut (Sugiyono, 2014) adalah suatu hubungan yang akan menghubungkan secara teoritis antara variabel-variabel penelitian yaitu, antara variabel independen dengan variabel dependen yang akan di amati atau di ukur melalui penelitian yang akan di laksanakan. Kerangka konsep dalam penelitian ini digambarkan seperti gambar berikut:

Gambar 1 Kerangka Konsep



3.3 Definisi Konsep

Konsep merupakan abstrak, entitas mental yang universal yang menunjuk pada kategori atau kelas dari suatu entitas, kejadian atau hubungan. Pengertian Konsep sendiri adalah universal di mana mereka bisa diterapkan secara merata untuk setiap extensinya. Konsep juga dapat diartikan pembawa arti. Maka akan ditentukan beberapa definisi konsep yang berhubungan dengan yang akan diteliti, antara lain:

a. Komunikasi

Komunikasi adalah proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan nonverbal. Segala perilaku dapat disebut komunikasi jika melibatkan dua orang atau lebih (Mulyana, 2005).

b. Humas

Rudy (2005:26) menyatakan bahwa Humas merupakan terjemahan bebas dari istilah public relations atau PR, kedua istilah ini akan dipakai secara bergantian, itu terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang berkepentingan dengannya

c. Citra

Bill Canton mendefinisikan Citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan atau organisasi, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang, atau organisasi (Ishaq, 2017:161).

3.4 Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi penelitian dalam penelitian ini akan di rangkum dalam table di bawah ini :

Tabel 1 Kategorisasi Penelitian

| <i>Konsep Teoritis</i> | <i>Konsep Operasional</i> |
|---|-------------------------------------|
| <i>Strategi Komunikasi Humas</i> | <input type="checkbox"/> Komunikasi |
| <i>Dalam Meningkatkan Citra</i> | <input type="checkbox"/> Humas |
| <i>Positif Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara</i> | <input type="checkbox"/> Citra |

3.5 Informan/Narasumber

Informan adalah seseorang yang memiliki informasi banyak mengenai objek yang sedang diteliti, dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut. Informan dalam penelitian ini yaitu berasal dari wawancara langsung yang disebut sebagai narasumber. Adapun narasumber yang akan di wawancarai yaitu Staff Dinas Kominfo Provinsi Sumatera Utara.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi merupakan suatu cara pengambilan data melalui pengamatan langsung terhadap situasi atau peristiwa yang ada di lapangan.

2. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya jawab dalam hubungan tatap muk. Metode ini digunakan untuk mendapat data dengan cara mengadakan wawancara secara langsung dengan informan. Wawancara yang dilakukan dengan cara terstruktur, dimana pertanyaan – pertanyaan mengarahkan jawaban dalam pola pertanyaan yang dikemukakan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode yang diartikan sebagai cara pengumpulan data dengan cara memanfaatkan data-data berupa buku, catatan (dokumen) yang dijadikan sebagai sumber informasi tertulis.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis dsata dalam penelitan ini menggukanan teknik analisis data kualitatif. Menurut Bogdan dan Biglen (Lexy J. Moleong, 2018), analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilahmilahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistesiskan, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Untuk proses analisis data model ini ada tiga proses, yaitu:

- a. Reduksi data merupakan suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis dari lokasi penelitian. Reduksi data ini berlangsung secara terus-menerus selama kegiatan penelitian berorientasi kualitatif berlangsung.
- b. Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.
- c. Penarikan kesimpulan dalam proses ini adalah membuat pernyataan atau kesimpulan secara bulat tentang suatu permasalahan yang diteliti dalam bahasa yang deskriptif dan bersifat interaktif.

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Tabel 3.2 Tabel Matrik Jadwal Penelitian

| No | Jenis Kegiatan | Bulan | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|--------------------------------|-------------------|---|---|---|---------------------|---|---|---|----------------|---|---|---|--------------|---|---|---|
| | | April – Juli 2022 | | | | Juli - Agustus 2022 | | | | September 2022 | | | | Oktober 2022 | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. | Judul dan Penyusunan Proposal | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | |
| 2. | Seminar Proposal | | | | | ■ | | | | | | | | | | | |
| 3. | Penyempurnaan/ Revisi Proposal | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | |
| 4. | Pengambilan Data Penelitian | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | |
| 5. | Penyusunan Laporan | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | |

Sumber : Peneliti

2. Tempat Penelitian



Gambar 3.2 Kantor Dinas Kominfo Pemprov Sumut

Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara di Jl. HM. Said, No.27, Gaharu, Kec. Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara.

3.9 Deskripsi Lokasi Penelitian

Keberadaan Kantor Gubernur Sumatera utara ini berhubungan dengan kiprah seorang pengusaha Belanda bernama Jacob Nienhuys dalam penanaman tembakau yang dilakukan di daerah Deli, Sumatera Utara pada tahun 1863. Sejak saat itu, pembukaan lahan-lahan perkebunan dengan menyewa tanah konsesi dari Kesultanan Deli maupun masyarakat semakin meluas. Pada Maret 1864, contoh tanaman tembakau dikirim ke Rotterdam di Belanda untuk menguji kualitasnya. Ternyata daun tembakau Deli berkualitas tinggi untuk pembukus cerita. Akhirnya, tembakau Deli menjadi komoditas utama dari perkebunan di Sumatera Utara yang sangat digemari oleh orang-orang Eropa.

Deli Maatschappij melakukan perjanjian tembakau antara Belanda dengan Sultan Deli pada tahun 1865, Jacob Nienhuys dengan Peter Wilhelm Jansen, A.

Clemen dan Jacob Theodor Cremer mendirikan N.V. Verenigde Deli Maatschappij, suatu badan usaha milik pengusaha swasta Belanda yang membawahi sekitar 75 daerah perkebunan di Sumatera Timur yang berasal dari usahawan mancanegara seperti Jerman, Inggris, Swiss, Belgia dan Amerika. Pada tahun 1869, kantor pusat Deli Maatschappij dipindahkan dari Labuan, Deli ke Kampung Medan. Perpindahan ini akhirnya diikuti pula oleh sejumlah perusahaan perkebunan lainnya. Dengan pengalihan ini, Medan dengan cepat berkembang menjadi pusat kegiatan pemerintahan dan perdagangan.

Deli Maatschappij mengalami sejumlah permasalahan yang dihadapi oleh tanaman tembakau, seperti serangan hama atau kerusakan kebun tembakau. Hal ini menyebabkan Deli Maatschappij mendirikan sebuah lembaga yang bekerjasama Kebun Raya Bogor pada tahun 1894. Sebuah penyakit pada bibit tanaman memicu penelitian botani secara ilmiah. Pada waktu itu hal ini masih menemui kendala, karena penyakit tanamannya berada di daerah Deli akan tetapi penelitiannya berada di Bogor. Pada tahun 1906 Deli Maatschappij menjadikan lembaga tadi menjadi lembaga independen yang juga meneliti tumbuhan lainnya selain tembakau.. Lembaga independen tersebut diberi nama Deli Proestation voor Tabak te Medan (Pusat Penelitian Tanaman Tembakau di Medan). Deli Proefstation berasal dari gabungan dua kata, yaitu Deli dan Proefstation.

Deli menunjukkan daerah di mana perkebunan tembakau itu berada, sedangkan Proefstation berarti laboratorium tempat percobaan dalam lapangan pertanian. Jadi, Deli Proefstation adalah laboratorium atau tempat penelitian dalam bidang pertanian di daerah Deli. Awalnya, bangunan yang digunakan masih sederhana. Kemudian pada tahun 1913 mulailah dibangun gedung Deli Proefstation yang besar, dan selesai pada tahun 1916.

Gedung tersebut menggunakan gaya arsitektur Neo-Klasik yang dipengaruhi gaya renaissance. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan balustrade pada puncak atap bangunan sebagai buffer dari panas matahari dan masing-masing jendela dilengkapi folding awning yang terbuat dari bahan tekstil yang didukung dari bahan konstruksi kayu.

Bangunan Deli Proefstation pada tahun 1926 difungsikan sebagai dan pada tahun 1936 sampai saat ini bangunan tersebut difungsikan sebagai Kantor Gubernur Sumatera Utara. Lalu, pada waktu muncul kebijakan nasionalisasi perusahaan-perusahaan milik asing di Indonesia pada tahun 1960, lahan beserta bangunan yang sudah menjadi Kantor Gubernur Sumatera Utara menjadi milik PT. Perkebunan Nusantara II. Namun, sesuai isi prasasti yang terdapat dalam bangunan tersebut, sejak 15 Desember 2008 Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) selaku kuasa pemegang saham PT. Perkebunan Pertanian II (Persero) Tanjung Morawa menyerahkan tanah dan bangunan (eks. Eigendom Verponding No. 42 atas nama N.V. Verenigde Deli Maatschappij) kepada Pemerintah Provinsi Sumatera Utara untuk tetap digunakan sebagai Kantor Gubernur Sumatera Utara.

Visi dan Misi

- Visi

" Sumatera Utara Yang Maju, Aman dan Bermartabat "

- Misi

1. Mewujudkan Masyarakat Sumatera Utara Yang Bermartabat Dalam Kehidupan karena memiliki iman dan taqwa, tersedianya sandang pangan yang cukup, rumah yang layak, pendidikan yang baik, kesehatan yang prima, mata pencaharian yang menyenangkan, serta harga-harga yang terjangkau.

2. Mewujudkan Masyarakat Sumatera Utara Yang Bermartabat Dalam Politik dengan adanya pemerintahan yang bersih dan dicintai, tata kelola pemerintah yang baik, adil, terpercaya, politik yang beretika, masyarakat yang berwawasan kebangsaan, dan memiliki kohesi sosial yang kuat serta harmonis.
3. Mewujudkan Masyarakat Sumatera Utara Yang Bermartabat Dalam Pendidikan karena masyarakatnya yang terpelajar, berkarakter, cerdas, kolaboratif, berdaya saing, dan mandiri.
4. Mewujudkan Masyarakat Sumatera Utara Yang Bermartabat Dalam Pergaulan karena terbebas dari judi, narkoba, prostitusi, dan penyeludupan, sehingga menjadi teladan di Asia Tenggara dan Dunia.
5. Mewujudkan Masyarakat Sumatera Utara yang Bermartabat Dalam Lingkungan karena ekologi yang terjaga, alamnya yang bersih dan indah, penduduknya yang ramah, berbudaya, berperikemanusiaan, dan beradab.

Visi dan Misi tersebut, maka telah ditetapkan pula Prioritas Pembangunan yang ditujukan pada :

1. Peningkatan kesempatan kerja dan berusaha melalui penyediaan lapangan pekerjaan.
2. Peningkatan dan pemenuhan akses pendidikan.
3. Pembangunan infrastruktur yang baik dan berwawasan lingkungan.
4. Penyediaan layanan kesehatan yang berkualitas.
5. Peningkatan daya saing melalui sektor agraris dan pariwisata.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Peneliti membahas dan menyajikan data yang diperoleh selama penelitian di lapang dengan cara kualitatif yaitu data yang diperoleh melalui komunikasi secara langsung dengan para narasumber. Hasil penelitian ini memperoleh data wawancara dari beberapa nasumber. Adapun beberapa narasumber itu adalah pegawai Humas, Protokol dan Rumah Tangga di Kantor Gubernur Sumatera Utara.

4.1.1 Hasil Wawancara

Peneliti membahas hasil wawancara oleh peneliti terhadap kategorisasi penelitian sebagai berikut:

Gambar 2 Dokumentasi Narasumber 1



Peneliti berhasil mewancarai narasumber, hasil wawancara yang diperoleh dari narasumber pertama yang bernama Helmy Chairani Siregar, S. Si dan menjabat sebagai Staff dinas Kominfo Provinsi Sumatera Utara.

Narasumber pertama mengatakan bahwa Tugas Humas Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara ya seperti tugas Humas Pemerintahan pada umumnya, seperti menyalurkan informasi kepada publik atau masyarakat. Secara singkatnya humas memiliki tugas memberi, mendapatkan informasi dari dan kepada publik. Kalau fungsi humas itu sebagai penghubung antara instansi dengan publik, humas itu lah yang berhubungan langsung ke masyarakat.

Narasumber pertama juga memberikan jawaban mengenai tugas rutin Humas yaitu merencanakan serta mengelola dengan baik segala kegiatan komunikasi organisasi. Itu dilakukan untuk menjalin hubungan timbal balik yang baik antara instansi dengan publik. Humas juga bertugas dalam pemberian masukan kepada atasan yang berkaitan dengan tugasnya. Jawaban narasumber pertama mengenai hal Yang harus dilakukan pihak humas sebagai fasilitator komunikasi adalah publik membuat surat kemudian audience dengan pihak humas dan publik membahas apakah yang harus dilakukan dan menentukan hasil. Narasumber juga mengatakan bahwa Humas Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara sering menggunakan media untuk menyebarluaskan informasi yang ada apalagi di era sekarang semua lapisan masyarakat bergantungnya ke media.

Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara memiliki citra di mata masyarakat menurut Narasumber pertama sejauh ini masih baik-baik saja, karena sejauh ini apa informasi yang disebar oleh humas pemerintahan kota medan masih diterima baik oleh lapisan masyarakat di Provinsi Sumatera Utara. Humas juga melakukan pendekatan untuk meningkatkan citra Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara

dengan cara memposisikan Humas sebagai fasilitator komunikasi, pihak humas mendengarkan apa yang sedang terjadi kemudian mencari jalan keluar seperti yang diharapkan dan humas sebagai fasilitator komunikasi bertemu dengan publik dan membicarakan hal terkait. Narasumber pertama juga mengatakan bahwa Humas Provinsi Sumatera Utara sering melakukan kegiatan yang bisa membuat Humas berkomunikasi langsung dengan masyarakat. Bentuk kegiatannya seperti meminta perwakilan publik untuk menemukan pihak-pihak terkait.

Humas untuk meningkatkan citra Pemerintahan Sumatera Utara memanfaatkan media yang sedang trend seperti contohnya media sosial tiktok. Humas memanfaatkan media sosial tiktok untuk meningkatkan citra Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara dengan cara mengupload video – video kegiatan Pak Gubernur ketika kunjungan daerah maupun kegiatan lainnya.

Humas dalam menerapkan strategi komunikasinya ya parastaf humas nya sendiri terus juga para media nya seperti media massa. humas mempunyai kepentingan dengan pers dalam menyampaikan pesan - pesan pembangunan dan kebijakan guna mendapat dukungan publik melalui media massa, dan juga terkadang humas memfasilitasi pers dengan pejabatpejabat serta melayani kawan media dalam hal peliputan dan jadwal gubernur dan memfasilitasinya. Untuk meningkatkan solidaritas dengan wartawan kami pihak humas terkadang membuat acara syukuran daan gathering agar menimbulkan rasa saling peduli satu sama lain. Selain Faktor pendukung ada juga faktor penghambat humas dalam menerapkan strategi komunikasinya namun tidak terlalu banyak.

Faktor penghambat Humas dalam menerapkan strateginya paling dari sisi pemberitaan yang negative gitu tentang Pemprovsu, tentang Gubernur yang tidak bisa kita batasi. Terus faktor keterampilan pegawai Humas nya juga yang kadang masih kurang mengikutiperkembangan zaman. Seperti pemanfaatan media sosial.

Gambar 3 Dokumentasi Narasumber 2



Peneliti berhasil mewawancarai informan yang kedua diperoleh dari narasumber yang bernama Siti Widya Utami, A.Md dengan jabatan sebagai Staff Dinas Kominfo Provinsi Sumatera Utara, mengatakan Tugas Humas Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara menjalankan kegiatan kebijakan dan pelayanan publik dengan memberikan berbagai informasi tentang kebijakan pemerintahan yang mengikat rakyat atau masyarakat. Humas memberikan pelayanan publik yang terbaik, dengan birokrasi yang tidak berbelit- belit untuk memberikan kepuasan kepada rakyat atau masyarakat sehingga dunia pemerintahan memperoleh citra positif dari rakyat atau public.

Humas berperan memberikan opsi-opsi jalan memecahkan suatu masalah dan masukan. Humas berperan menyelesaikan masalah dengan publiknya karena humas adalah orang yang pertama sekali yang harus mengetahui masalah dan menyelesaikannya. Narasumber kedua juga mengatakan tugas rutin humas lebih ke berhubungan langsung dengan masyarakat . mendengarkan apa yang sedang terjadi kemudian mencari jalan keluar seperti yang diharapkan. Humas juga harus bisa berkomunikasi dengan baik ke publik.

Humas Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara menjadi fasilitator komunikasi masyarakat, cara yang dilakukan humas sebagai fasilitator komunikasi dengan masyarakat yaitu dengan mengadakan jumpa pers kontes disuatu pertemuan untuk mengklarifikasi terhadap masalah yang ada dengan begitu terjadinya komunikasi timbal balik. Publik dapat mengemukakan apa yang ingin disampaikan dan sebaliknya.

Humas Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara selalu menggunakan media untuk menyebarluaskan informasi mengenai Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara. Narasumber kedua mengatakan bahwasannya sampai saat ini perkembangan citra Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara masih berjalan dengan baik. Strategi yang diterapkan humas untuk meningkatkan citra Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara salah satunya menjadikan humas sebagai fasilitator komunikasi yaitu sebagai komunikator/mediator pada pihak publik guna membantu pihak humas berkomunikasi dengan public. Cara yang dilakukan oleh humas sebagai fasilitator untuk berkomunikasi dengan publik dengan mengadakan jumpa pers kontes disuatu

pertemuan untuk mengklarifikasi terhadap masalah yang ada dengan begitu terjadinya komunikasi timbal balik.

Publik dapat mengemukakan apa yang ingin disampaikan dan sebaliknya. Selain menerapkan strategi humas Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara juga melakukan pendekatan guna meningkatkan citra Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara, Contoh pendekatannya yang dilakukan humas missal jika gubernur melakukan suatu kegiatan dalam memfasilitator atau mediator agar masyarakat mengetahui apa yang sedang gubernur lakukan dengan meliput kegiatan-kegiatan gubernur yang sedang berlangsung dengan wartawan, serta menerbitkan berita tersebut lewat media massa/online.

Audiensi yang dilakukan Gubernur kepada masyarakat atau perwakilan masyarakat juga merupakan pendekatan yang dilakukan untuk meningkatkan citra Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara. Humas Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara juga melakukan kegiatan yang bisa membuat Humas berkomunikasi langsung dengan masyarakat bentuk kegiatannya yaitu audensi dengan masyarakat atau perwakilannya mengenai permasalahan publik atau kunjungan langsung ke daerah dan meninjau langsung apa permasalahan yang ada di daerah – daerah Provinsi Sumatera Utara

Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara tidak lepas dari bantuan media dan media yang digunakan oleh Humas Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara yaitu media pers. Contohnya Humas itu selalu menjalin kerja sama dengan media pers disamping wartawan kami juga menjalin hubungan dengan

pimpinan redaksi guna mengklarifikasi pemberitaan negative yang ada, karena adanya pemberitaan negatif merupakan bagian dari pembelajaran , apabila adanya pemberitaan negatif humas membuat release berita untuk menetralkan berita negatif tersebut , tapi hal yang terutama adalah membangun hubungan baik dan emosional dengan pers.

Narasumber kedua memberikan pendapat mengenai faktor pendukung Humas dalam menerapkan strategi komunikasinya yaitu pers yang keduastaf biro humasnya sendiri dalam memutuskan informasi apa yang hendak disampaikan juga bagaimana cara penanganan ketika ada masalah terkait informasi hoax mengenai Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara. Selain faktor pendukung ada juga faktor penghambat humas dalam menerapkan strategi komunikasinya yaitu dari segi pemberitaan negatif yang muncul, kadang kalau sudah ada berita negatif begitu masyarakat juga bisa jadi kurang percaya ketika ada informasi selanjutnya walaupun itu kebenarannya.

4.2 Hasil Pembahasan

Lembaga atau instansi tentu ingin berhasil mencapai tujuannya, keberhasilan tersebut tidak dapat dicapai hanya berdasarkan kemampuan yang ada pada lembaga itu saja. Disamping itu perlu adanya pengertian, penerimaan, dan keikutsertaan publiknya (internal maupun eksternal). Adanya unit kehumasan pada setiap instansi pemerintah merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka penyebaran tentang aktivitas instansi tersebut baik kedalam maupun keluar yaitu kepada masyarakat pada umumnya.

Humas merupakan suatu alat untuk memperlancar jalannya interaksi serta penyebaran informasi melalui pers, radio, televisi, dan media lainnya. Singkatnya, humas sebagai komunikator mempunyai fungsi ganda yaitu: keluar memberikan informasi kepada khalayak sesuai dengan kebijaksanaan instansinya dan kedalam wajib menyerap reaksi dari khalayak untuk kepentingan instansinya (Widjaja, 2008)

Informan dapat menyimpulkan tugas humas Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara menjalankan kegiatan kebijakan dan pelayanan publik dengan memberikan atau menyalurkan berbagai informasi tentang kebijakan pemerintahan yang mengikat rakyat atau masyarakat, singkatnya humas memiliki tugas memberi, mendapatkan informasi dari dan kepada publik. Humas memberikan pelayanan publik yang terbaik, dengan birokrasi yang tidak berbelit- belit untuk memberikan kepuasan kepada rakyat atau masyarakat sehingga dunia pemerintahan memperoleh citra positif dari rakyat atau publik. Humas bertugas merencanakan serta mengelola dengan baik segala kegiatan komunikasi organisasi. Itu dilakukan untuk menjalin hubungan timbal balik yang baik antara instansi dengan publik. Humas juga bertugas dalam pemberian masukan kepada atasan yang berkaitan dengan tugasnya

Humas Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara menurut para informan juga merupakan fasilitator komunikasi masyarakat karena humas Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara bertugas mengurus dan memfasilitasi masyarakat untuk melakukan audience. Humas juga bertanggung jawab dalam mengadakan jumpa pers kontes

disuatu pertemuan untuk mengklarifikasi terhadap masalah yang ada dengan begitu terjadinya komunikasi timbal balik. Publik dapat mengemukakan apa yang ingin disampaikan dan sebaliknya. Informan mengatakan sejauh ini citra Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara baik dan berharap kedepannya semakin baik lagi. Dalam meningkatkan citra Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara humas Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara selalu menggunakan media untuk menyebarkan informasi mengenai Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara. Contoh media yang digunakan ialah media sosial untuk mengupload semua kegiatan Gubernur juga OPD terkait selain itu humas juga memanfaatkan media pers untuk menyebarkan pemberitaan Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara. Humas juga menerapkan strategi komunikasi dalam meningkatkan citra positif Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara.

Humas memiliki strategi yaitu menjadikan humas sebagai fasilitator komunikasi yaitu sebagai komunikator/mediator pada pihak publik guna membantu pihak humas berkomunikasi dengan public. Humas juga selalu menjaga komunikasi dan selalu berkoordinasi baik dengan internal Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara maupun Eksternal dalam menyampaikan Informasi. Terus Kita juga selalu meningkatkan kinerja kita lebih baik agi dari kritik dan saran yang kita terima dari masyarakat Provinsi Sumatera Utara.

Komunikasi humas memiliki strategi juga melakukan pendekatan dengan cara pihak humas mendengarkan apa yang sedang terjadi kemudian mencari jalan keluar seperti yang diharapkan dan humas sebagai fasilitator komunikasi bertemu dengan publik dan membicarakan hal terkait. Pendekatan lain yang dilakukan jika

Gubernur melakukan suatu kegiatan dalam memfasilitator atau mediator agar masyarakat mengetahui apa yang sedang gubernur lakukan dengan meliput kegiatan-kegiatan gubernur yang sedang berlangsung dengan wartawan, serta menerbitkan berita tersebut lewat media massa/online. Pendekatan seperti itulah yang dilakukan humas Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara untuk meningkatkan Citra Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara. Hal – hal yang di jelaskan diatas merupakan cara dan strategi komunikasi humas Pemerintahan Provinsi demi meningkatkan citra Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara.

Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara ada juga faktor pendukung humas dalam menerapkan strategikomunikasinya yaitu para staf humas sendiri dan para media nya seperti media massa/pers. Humas mempunyai kepentingan dengan pers dalam menyampaikan pesan - pesan pembangunan dan kebijakan guna mendapat dukungan publik melaluimedia massa,dan juga terkadang humas memfasilitasi pers dengan pejabat - pejabat serta melayani kawan media dalam hal peliputan dan jadwal gubernur dan memfasilitasinya. Untuk meningkatkan solidaritas dengan wartawan pihak humas terkadang membuat acara syukuran daan gathering agar menimbulkan rasa saling peduli satu sama lain. Namun humas Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara juga memiliki faktor penghambat dalam menerapkan strategi komunikasinya.

Humas memiliki hambatan dari segi pemberitaan negatif yang muncul, jika sudah ada berita negatif, biasanya masyarakat juga bisa jadi kurang percaya ketika ada informasi selanjutnya walaupun itu kebenarannya. Faktor penghambat lainnya yaitu faktor keterampilan pegawai Humas nya juga yang kadang masih kurang mengikutiperkembangan zaman. Seperti pemanfaatan media sosial.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Strategi humas dalam meningkatkan citra positif Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara dapat disimpulkan:

Humas sebagai fasilitator komunikator/mediator pada pihak publik. Dengan mengadakan jumpa pers kontes disuatu pertemuan untuk mengklarifikasi terhadap masalah yang ada. Strategi komunikasi yang sedang digunakan membuat citra Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara baik di mata masyarakat Provinsi Sumatera Utara. Strategi komunikasi akan terus digunakan guna meningkatkan citra Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara kedepannya.

5.2 Saran

Peneliti menyatakan bahwa hasil wawancara adapun saran yang dapat peneliti berikan adalah strategi yang digunakan humas Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara untuk meningkatkan citra Pemerintahan Provinsi Sumatera utara lebih mengutamakan strategi komunikasinya dengan memanfaatkan pers. Meskipun begitu menurut peneliti ada baiknya jika strategi humas dalam meningkatkan citra Pemerintahan Provinsi Sumatera utara lebih dikembangkan seperti misalnya lebih meningkatkan pemanfaatan media sosial yang dimana sekarang media sosial lebih banyak digunakan oleh masyarakat. Jadi menurut peneliti untuk meningkatkan citra melalui pemanfaatan media sosial akan lebih mudah.

DAFTAR PUSTAKA

- Faustyna, t. . (2022). *Marketing Communication Model: Public Relations Waste Bak Recycling Materials During the Covid19 Pandemic in Medan, Indonesia.*
- Hardini dkk. (2020). *Metode Riset Kuantitatif dan Kualitatif* (Vol. 8).
- Ishaq. (2017). *STRATEGI KOMUNIKASI EKSTERNAL HUMAS POLDA D. I. YOGYAKARTA DALAM MENGELOLA CITRA POSITIF INSTITUSI .*
- Lexy J. Moleong. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif / penulis, Prof. DR. Lexy J. Moleong, M.A.*
- Liliwari. (2004). *STRATEGI KOMUNIKASI MASYARAKAT SUMBAWA DALAM MEMPERTAHANKAN KESENIAN BELADIRI KARACI (STUDI PADA KELOMPOK KARACI DESA KAKIANG KEC. MOYO HILIR KAB.SUMBAWA).*
- Lubis dkk. (2021). *Strategi Komunikasi Organisasi PK IMM FISIP UMSU Dalam Melaksanakan Program Kerja di Masa Pandemi Covid-19.*
- Lubis, F. H., Pahlevi Hidayat, F., & Hardiyanto, S. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi PK IMM FISIP UMSU Dalam Melaksanakan Program Kerja di Masa Pandemi Covid-19. *SiNTESa CERED Seminar Nasional Teknologi Edukasi Dan Humaniora, 2021*, 1.
- MD.Rahadhini. (2008). *INSTAGRAM DAN PEMBENTUKAN CITRA.* 8.
- Mulyana. (2018). *AKTIFITAS KOMUNIKASI ANTAR PENGURUS DALAM MENJALANKAN ORGANISASI* (Studi Terhadap Kepengurusan Organisasi Arek Kepanjen-Kabupaten Malang). *Thesis.*
- Rachmadi. (1992). *PERAN BAGIAN HUMAS SEKRETARIAT DAERAH KABUPATEN MUSI BANYUASIN DALAM PENYEBARLUASAN INFORMASI PEMBANGUNAN DAERAH* (Skripsi).
- Rudy. (2005). *AKTIVITAS KEHUMASAN LEMBAGA TERKAIT PENINGKATAN CITRA* (Studi pada Badan Usaha Logistik Sub Divisi Regional Malang).
- Ruslan. (2012). *TINJAUAN TERHADAP AKTIVITAS KEHUMASAN UNTUK PUBLIK INTERNAL PADA DEPARTEMEN HUMAS PT PUPUK SRIWIDJAJA (PERSERO) PALEMBANG.* *Thesis.*
- Soleh Soemirat, E. A. (2010). *Dasar-dasar public relations / Soleh Soemirat, Elvinaro Ardianto.* Bandung : : Remaja Rosdakarya,, 2010.
- Sri Aulia Fakhrunisa. (2019). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN 372 KOPI DI BANDUNG* *Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Pemasaran 372 Kopi Di Bandung.*
- Sugiyono. (2012). *PENYESUAIAN DIRI REMAJA YANG TINGGAL DI PANTI*

ASUHAN :Studi Kasus pada 2 Orang Remaja yang Tinggal di Panti Asuhan Wisma Putera Bandung.

Wahyudi, D., & Adhani, A. (2021). Public relations campaign strategy PT. Pelindo 1 in socializing the Porting Business. *COMMICAST*, 2(1), 71. <https://doi.org/10.12928/commicast.v2i1.3151>

Widjaja. (2008). *PENGARUH HUMAN RELATIONS TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN DIVISI WOOD CORRECTIVE & PREVENTIVE DEPARTMENT DI PT. INDAH KIAT PUL*

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM
MENINGKATKAN CITRA POSITIF PEMERINTAHAN
PROVINSI SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

Oleh:

ALDO KHANSA SURYA ALFATTAH

NPM 1803110077

Program Ilmu Komunikasi



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**

P & PAPER (IKPP) PERAWANG.

LAMPIRAN



Gambar 1.1 Kantor Dinas Kominfo Pemprov Sumut
Sumber : Peneliti



Gambar 1.2 Narasumber 2
Sumber : Peneliti



Gambar 1.3 Narasumber 1
Sumber : Peneliti

LAMPIRAN
PEDOMAN WAWANCARA

Bel
PP
↓

Judul : Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif
Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara
Nama Peneliti : Aldo Khansa Surya Alfattah
Npm : 1803110077
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik/Ilmu Komunikasi

1. Identitas Informan

Nama :
Jenis Kelamin :
Umur :
Pekerjaan :

2. Daftar Pertanyaan

- 1) Apa tugas dan fungsi Humas bagi Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara?
- 2) Apa saja tugas rutin yang dilakukan Humas Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara?
- 3) Bagaimana pelaksanaan tugas humas sehari-hari sebagai fasilitator komunikasi masyarakat?
- 4) Apakah Humas Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara sering menggunakan media untuk menyebarkan informasi yang ada?

- 5) Bagaimana perkembangan citra Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara dimata masyarakat?
- 6) Bagaimana strategi komunikasi humas dalam untuk meningkatkan citra positif Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara?
- 7) Pendekatan apa saja yang dilakukan Humas dalam meningkatkan citra Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara?
- 8) Apakah Humas Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara melakukan kegiatan yang bisa membuat Humas berkomunikasi langsung dengan masyarakat?
- 9) Bentuk kegiatan seperti apa yang dilakukan Humas Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara dengan kelompok Masyarakat?
- 10) Media apa saja yang digunakan Humas untuk meningkatkan citra Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara?
- 11) Apa faktor pendukung Humas dalam menerapkan strategi komunikasinya?
- 12) Apa saja faktor penghambat Humas dalam menerapkan strategi komunikasinya?



**PEMERINTAH PROVINSI SUMATERA UTARA
DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA**

Jalan H. Muhammad Said No. 27, Telp. (061) 4527254 - 4527038 - 4516508 Fax. (061) 4510185

<http://www.sumutprov.go.id> - <http://diskominfo.sumutprov.go.id>

Email: diskominfo@sumutprov.go.id

Medan Kode Pos 20235

Medan, 29 September 2022

Nomor : 071 / 18900 / 061 / IX / 2022
Lamp. : -
Hal : **Izin Penelitian**

Kepada Yth.
**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Universitas Muhammadiyah
Sumatera Utara**
di -

Tempat

Sehubungan dengan surat Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor : 1366/KET/II3.AU/UMSU-03/F/2022 tanggal 12 September 2022 hal Mohon diberikan izin Penelitian Mahasiswa bersama ini disampaikan bahwa kami tidak keberatan dan dapat memberi izin melaksanakan penelitian atas nama :

Nama : **ALDO KHANSA SURYA ALFATTAH**

NPM : 1803110077

Judul : Strategi Komunikasi Humas dalam meningkatkan citra positif
Pemerintah Provinsi Sumatera Utara

dengan ketentuan, yang bersangkutan harus mengikuti semua aturan yang berlaku pada Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Pit. KEPALA DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA



Dr. KHAS SITORUS, SE, M.Pd

Pembina Utama Muda

NIP. 19670119 198803 1 002



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/11/201
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fslip.umsu.ac.id fslip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI**

Sk-1

Kepada Yth.
Bapak/Ibu
Ketua Program Studi ILMU KOMUNIKASI
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 18 April 2022

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : ALDO KHANSA SURYA ALFATAH
N P M : 1203110077
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Tabungan sks : 142 sks, IP Kumulatif 3,48

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

| No. | Judul dan Subjudul | Dosen Pembimbing |
|-----|---|------------------|
| 1 | Strategi Komunikasi Humas dalam meningkatkan Citra Positif Pemerintah Provinsi Sumatera Utara. | ✓ |
| 2 | Program Humas dalam meningkatkan citra positif pada pemerintahan Pt. Sari Pati Abadi, Kec. Tg. Morawa | |
| 3 | Strategi Komunikasi Humas Pemprovsu dalam menjalani program pembangunan infrastruktur yang cukup untuk mendukung kenyamanan masyarakat. | |

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik / Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

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

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

Medan, tgl. 18 April 2022
Ketua,

(AKHYAR ANTHORI, S.Sos, M.I Kom
NIDN: 017045401

Pemohon

(ALDO KHANSA SURYA A)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi.....

(Dr. Anas Anas Achmar
NIDN:



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> ✉ fisip@umsu.ac.id 📄 [umsu.ac.id](#) 📱 [umsu.ac.id](#) 📺 [umsu.ac.id](#) 📺 [umsu.ac.id](#) 📺 [umsu.ac.id](#)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 577/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **18 April 2022**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **ALDO KHANSA SURYA ALFATTAH**
N P M : 1803110077
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2021/2022
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF PEMERINTAH PROVINSI SUMATERA UTARA**
Pembimbing : **Dr. ANANG ANAS AZHAR., M.A.**

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

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 150.18.311 tahun 2022.
3. 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: 18 April 2023.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 17 Ramadhan 1443 H
19 April 2022 M



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN. 0030017402



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertiinggal.





Bila menjawab surat ini agar disebutkan 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-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan, 2 Agustus 2022

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Aldo khansa Surya Attallah
N P M : 1803110077
Jurusan : Hubungan Masyarakat

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul, Skripsi dan Pembimbing Nomor 1231/SK/II.3/UMSU-03/F/20.2.1 tanggal 19 Rabiul Awal 1443 H / 26 October 2021 dengan judul sebagai berikut :

Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pemerintah Provinsi Sumatera Utara

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir ASLI;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP warna BIRU.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :

Pembimbing

(Dr. Anang Anas Azhar, M.A.)

Pemohon,

(Aldo khansa Surya Attallah)



UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 1146/JND/II.3.AU/UMSU-03/F/2022

Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Jum'at, 05 Agustus 2022
 Waktu : 09.00 WIB s.d. 12.00 WIB
 Tempat : Online/Daring
 Pemimpin Seminar : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.**

| No. | NAMA MAHASISWA | NOMOR POKOK MAHASISWA | PENANGGAP | PEMBIMBING | JUDUL PROPOSAL SKRIPSI |
|-----|------------------------------|-----------------------|--|---|---|
| 16 | ALDO KHANSA SURYA ALFATTAH | 1803110077 | FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom. | Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A. | STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF PEMERINTAH PROVINSI SUMATERA UTARA |
| 17 | ADAM RIDWAN | 1803110301 | FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom. | FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom. | PENGLOLAAN KOMUNIKASI ORGANISASI DI DINAS PENDIDIKAN PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS KINERJA PEGAWAI |
| 18 | M. SAUCI GURUH AL FANNY | 1803110250 | AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom. | FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom. | ANALISIS PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA INFORMASI BAGI SISWA SMA NEGERI 3 BINJAI |
| 19 | FIKRY ADINATA RIZKY RANGKUTY | 1803110106 | FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom. | Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom. | KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM STRATEGI PROGRAM MENARIK MINAT KONSUMEN PADA RUMAH PRODUKSI HARA PICTURES DI KOTA MEDAN |
| 20 | MUHAMMAD JIHAD OCTAF | 1803110255 | AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom. | FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom. | PENGARUH PRODUK DESAIN GRAFIS CV. GRAND GRAFIKA TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN |

Medan, 05 Muharram 1444 H
03 Agustus 2022 M



Dr. FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom.

Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.



Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
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

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : ALDO KHANSA JULYA ALFATTAH
N P M : 120211077
Jurusan : HUMAS - ILMU KOMUNIKASI
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF PEMERINTAHAN PROVINSI SUMATERA UTARA

| No. | Tanggal | Kegiatan Advis/Bimbingan | Paraf Pembimbing |
|-----|----------|---------------------------------------|------------------|
| 1. | 18/08/22 | konsultasi terkait judul dan proposal | |
| 2. | 08/08/22 | Bimbingan proposal skripsi | |
| 3. | 14/08/22 | Bimbingan proposal skripsi | |
| 4. | 27/08/22 | Acc proposal skripsi | |
| 5. | 14/09/22 | Bimbingan skripsi | |
| 6. | 19/09/22 | Bimbingan skripsi | |
| 7. | 21/09/22 | Bimbingan skripsi | |
| 8. | 29/09/22 | Revisi Bab 4 | |
| 9. | 4/10/22 | Revisi Bab 5 | |
| 10. | 10/10/22 | Acc skripsi | |

Medan, 10 Oktober 2022.



Pr. Arifin Saen, S.Sos. MSP

Ketua Jurusan,

(AKHYAR ANSHORI, S.Sos. M.I.Kom)

Pembimbing,

(Dr. ANANG ALIAS ALYAR, MA)



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

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



UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 1493/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2022

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 12 Oktober 2022
Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai
Tempat : Ruang Sidang FISIP UMSU Lt. 2

| No. | Nama Mahasiswa | Nomor Pokok Mahasiswa | TIM PENGUJI | | | Judul Skripsi |
|-----|-------------------------------|-----------------------|---|--|---------------------------------------|--|
| | | | PENGUJI I | PENGUJI II | PENGUJI III | |
| 11 | MAY PRIDA RIANI RAHMAH | 1703110296 | Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom. | SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom. | AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom. | POLA KOMUNIKASI GURU DAN SISWA YANG TIDAK MEMILIKI GAWAI DALAM PEMBELAJARAN DI MASSA PANDEMI COVID-19 |
| 12 | LUFTIAH HARWIDYANI | 1803110116 | Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si | FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom. | Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom. | POLA KOMUNIKASI ORGANISASI PIMPINAN DAN KARYAWAN DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA DI PT. PELINDO MULTI TERMINAL |
| 13 | ALDO KHANSA SURYA ALFATTAH | 1803110077 | Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom. | H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom | Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A | STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF PEMERINTAH SUMATERA UTARA |
| 14 | NIDYA UTAMI | 1503110240 | Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si | Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A | AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom | MANAJEMEN HUMAS DALAM PELAKSANAAN PROGRAM KELUARGA BERENCANA (KB) DI KANTOR BKKBN SUMATERA UTARA |
| 15 | | | | | | |

Notulis Sidang :

1.

Ditetapkan oleh :

Rektor

Rektor I



Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Ketua

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



Sekretaris

Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom

Medan, 14 Rabiul Awwal 1444 H

10 Oktober 2022 M

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DATA PRIBADI

Nama : Aldo Khansa Surya Alfattah
Tempat, Tanggal Lahir : Medan, 04 Mei 2000
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Status Perkawinan : Belum Kawin
Alamat : Gg.Subur, Pasar VI, Desa Telagasari, Kec.Tanjung Morawa

STATUS KELUARGA

Nama Ayah : Suryadi
Pekerjaan : PNS
Nama Ibu : Misniaty Barus
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Gg.Subur, Pasar VI, Desa Telagasari, Kec.Tanjung Morawa

PENDIDIKAN

SD : SD NEGERI 108307 DESA BUNTU BEDIMBAR
SMP : SMP NEGERI 1 TANJUNG MORAWA
SMA : SMA NEGERI 1 TANNJUNG MORAWA
UNIVERSITAS : S-1 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA