
**STRATEGI HUMAS YAYASAN ASH-SHOMAD INTERNASIONAL DALAM
MEMBENTUK CITRA YAYASAN MELALUI KEGIATAN YAQOWIYU DI
KECAMATAN JATINOM KABUPATEN KLATEN**

Bonfilio Dedo Pratama¹, Sofia Ningsih Rahayu Putri², Rahmat Wisudawanto³

^{1,2,3} Universitas Sahid Surakarta

Email : bonfiliodedo@gmail.com

ABSTRAK

Humas memiliki peran dan fungsi yang penting dalam pengembangan lembaga. Peran tersebut menuntut pembangunan hubungan baik dengan publik. Humas juga harus memiliki strategi dalam menjalankan tugasnya. Oleh karena itu, strategi dan tugas humas harus terencana. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi humas Yayasan Ash-Shomad Internasional dalam membentuk citra yayasan melalui kegiatan Yaqowiyu. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara dengan humas Yayasan Ash-Shomad Internasional, serta masyarakat yang terlibat kegiatan Yaqowiyu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi humas yang diterapkan oleh Yayasan Ash-Shomad Internasional pada kegiatan Yaqowiyu dapat membentuk citra positif di kalangan masyarakat.

Kata Kunci : Strategi, Humas, Citra, Analisis SWOT

ABSTRACT

Public relations has an important role and function in the institution's development. This role demands the development of good relations with the public. Public relations must also have a strategy in carrying out their duties. Therefore, public relations strategies and tasks must be planned.

This study aims to determine the implementation of the public relations strategy of the Ash-Shomad International Foundation in forming the foundation's image through Yaqowiyu activities. This study used the descriptive qualitative method. The data collection method was

carried out by observation and interviews with the public relations of the Ash-Shomad International Foundation and the people involved in Yaqowiyu activities.

The results of this study indicate that the public relations strategy applied by the Ash-Shomad International Foundation in Yaqowiyu activities can form a positive image in the community.

Keywords: Strategy, Public Relations, Image, SWOT Analysis

PENDAHULUAN

Humas memiliki strategi dalam menjalankan tugasnya. Dengan adanya strategi, tugas dari humas diharapkan menjadi lebih terencana, Oleh karena itu, strategi akan membantu humas dalam menjalankan serta mengevaluasi kinerjanya. Salah satu strategi humas yang dapat diambil sebagai contoh adalah *event* yang dilakukan seperti bakti sosial, kegiatan kebudayaan, dan serangkaian kegiatan yang dapat memperkenalkan keberadaan lembaga terhadap masyarakat.

Event merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu. Strategi Humas Yayasan Ash-Shomad Internasional sudah sangat baik dengan berjalannya sebuah *event* kegiatan kebudayaan pagelaran Yaqowiyu di Jatinom Klaten. Dengan adanya kegiatan ini dapat menambah citra positif Yayasan Ash-Shomad internasional di kalangan masyarakat. Yayasan Ash-Shomad Internasional selalu mengadakan beberapa *event* kebudayaan diantaranya ialah kegiatan panahan, yaqowiyu, dan pertunjukan wayang. Kegiatan Yaqowiyu merupakan festival tradisi yang diadakan di Kecamatan Jatinom, Kabupaten Klaten, yang diadakan setiap bulan Sapar (bulan kedua penanggalan Jawa). Penduduk setempat juga menyebutnya kegiatan Saparan. Ciri khas acara Yaqowiyu adalah penyebaran kue apem yang disebarkan kepada ribuan warga yang saling memperebutkan. Masyarakat sekitar mempercayai bahwa apem tersebut membawa kesejahteraan bagi mereka yang berhasil mendapatkannya.

Penerapan strategi dan membentuk citra positif humas pada kegiatan pagelaran Yaqowiyu sangat penting, hal ini terjadi supaya program acara yang dibuat dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Selain itu juga dapat dievaluasi program yang telah dilaksanakan dan meningkatkan kerjasama yang baik, guna mencapai tujuan keberhasilan dalam berkomunikasi dengan masyarakat luas, dan juga dapat menuntaskan permasalahan yang dirasakan oleh masyarakat dengan menghasilkan solusi-solusi yang tepat.

KAJIAN PUSTAKA

Hubungan Masyarakat (Humas) selalu dihubungkan dengan aktivitas komunikasi dalam organisasi, bertindak sebagai komunikator yang mewakili organisasi atau lembaga untuk menyampaikan berbagai informasi kepada publik yang dijadikan sasaran, baik publik internal maupun publik eksternal.

Menurut Onong Uchjana Effendy (2006:23) Hubungan Masyarakat (Humas) adalah komunikasi dua arah antar organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerjasama dan pemenuhan kepentingan bersama.

Pembentukan dari strategi yang kemudian dipengaruhi oleh unsur-unsur serta komponen-komponen tertentu dan pastinya berkaitan dengan kondisi lingkungan, visi atau arah, tujuan serta sasaran dari suatu pola yang menjadi dasar budaya organisasi bersangkutan.

Menurut Cutlip dan Center dalam Nova (2014:25) proses perencanaan strategi *public relations* dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Fact Finding

Pada tahapan ini dilakukan penemuan fakta di lapangan atau hal-hal yang berkaitan dengan opini, sikap, dan reaksi publik dengan kebijakan pihak organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

2. Planning

Informasi yang terkumpul pada langkah pertama digunakan untuk membuat keputusan tentang program, tujuan, tindakan strategi, taktik dan tujuan komunikasi. Pembuatan rencana dan program adalah membuat keputusan-keputusan strategi dasar apa yang dilakukan dengan urutan dalam menanggapi atau mengantisipasi masalah atau bahkan peluang.

3. Communication

Langkah ketiga mencakup pelaksanaan program tindakan dan komunikasi yang dirancang untuk mencapai tujuan spesifik bagi setiap publik demi mencapai tujuan program.

4. Evaluation

Langkah terakhir dalam proses ini adalah mengevaluasi hasil program, persiapan, dan pelaksanaan. Evaluasi merupakan sebuah proses yang terus menerus dan penting dilaksanakan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dimana metode penelitian ini dilakukan untuk menggambarkan proses atau peristiwa yang sedang berlaku pada saat ini di lapangan yang dijadikan objek penelitian.

Metode deskriptif menurut Ardianto (2010:60) merupakan metode yang menitik beratkan pada observasi suasana alamiah (natural setting). Peneliti terjun langsung ke lapangan bertindak sebagai pengamat dan membuat observasi tanpa berusaha memanipulasi variable.

Berdasarkan penjelasan diatas pendekatan kualitatif dipandang lebih relevan, karena bertujuan untuk menggali dan memahami realitas strategi komunikasi yang dilakukan oleh humas Yayasan Ash-Shomad Internasional dalam membentuk citra melalui kegiatan Yaqowiyu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan dengan narasumber mengenai Strategi Humas Strategi Humas Yayasan Ash-Shomad Internasional Dalam Membentuk Citra Yayasan Melalui Kegiatan Yaqowiyu.

1. Fact Finding

Penerapan dalam tahap strategi ini dapat dilihat dari banyaknya antusias masyarakat yang mengikuti kegiatan Yaqowiyu. Panitia penyelenggara memberikan himbauan agar selalu tertib. Seperti yang dikatakan oleh Agus Purwanto, SE, Humas Yayasan Ash-Shomad Internasional, (tanggal 2 Agustus 2022).

“Dari hasil yang saya lihat di lapangan, antusias masyarakat sangat besar mengingat acara yang dilakukan ini tempo waktunya sangat panjang yaitu setahun sekali. Sebelum acara inti dimulai ada beberapa acara pendukung yaitu ada wayang, karawitan, karnaval, ziarah ke makam Ki Ageng Gribig, Adapun acara intinya yaitu sebar apem, dimana pada saat itu masyarakat rela berdesak desakan untuk memperebutkan apem walaupun nilainya tidak seberapa tetapi ada unsur kebudayaan dan keyakinan yang di percaya oleh masyarakat. Itulah sebabnya antusias masyarakat sangat tinggi pada kegiatan Yaqowiyu”.

Dengan demikian, tahap dalam Strategi Fact Finding oleh Humas Yayasan Ash-Shomad Internasional dalam kegiatan Yaqowiyu, yaitu antusias masyarakat sangat tinggi pada kegiatan Yaqowiyu.

2. Planning

Perencanaan tahapan strategi ini dapat dilihat pada Yayasan Ash-Shomad Internasional menciptakan komunikasi yang efektif. Hal ini dimulai dari penyiapan jadwal kegiatan yang akan dilaksanakan, serta persiapan yang harus maksimal untuk kegiatan yang akan dilaksanakan. Seperti yang dikatakan oleh Agus Purwanto, SE, Humas Yayasan Ash-Shomad Internasional, (tanggal 18 Juli 2022).

“Perencanaan atau Planning dalam kegiatan Yaqowiyu ini, kami informasikan melalui baliho-baliho yang ada di Klaten, serta Pamflet yang ditempelkan di daerah-daerah setempat.”

Dengan demikian, tahap dalam Strategi Planning oleh Humas Yayasan Ash-Shomad Internasional dalam kegiatan Yaqowiyu, yaitu dengan menyebarluaskan informasi tentang kegiatan tersebut kepada masyarakat melalui baliho dan pamflet.

3. Communication

Penerapan tahapan strategi ini dapat dilihat dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan sebelum acara puncak yaitu Yaqowiyu. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya kegiatan diantaranya acara wayang, karawitan, karnaval, dan ziarah ke makam Ki Ageng Gribig. Seperti yang dikatakan oleh Agus Purwanto, SE, Humas Yayasan Ash-Shomad Internasional, (tanggal 18 Juli 2022).

“Langkah-langkah yang dilakukan oleh Yayasan Ash-Shomad Internasional yaitu melakukan program atau kegiatan sebelum menuju acara puncaknya yaitu Yaqowiyu. Dalam kegiatannya Yayasan Ash-Shomad Internasional juga bekerjasama dengan Dinas Pendidikan Kecamatan Jatinom dan Pemerintah Kecamatan Jatinom, agar kegiatan Yaqowiyu yang selalu diadakan tiap tahun ini dapat berjalan dengan baik dan lancar. Kegiatannya meliputi acara pewayangan, acara karawitan, karnaval, lalu menjelang acara puncak para ulama dan masyarakat Jatinom mengadakan ziarah ke makam Ki Ageng Gribig”.

Dengan demikian, tahap dalam Strategi Communication oleh Humas Yayasan Ash-Shomad Internasional dalam kegiatan Yaqowiyu, yaitu dengan melakukan beberapa program atau kegiatan serta bekerjasama dengan Dinas Pendidikan Kecamatan Jatinom dan Pemerintah Kecamatan Jatinom dalam kegiatan tersebut agar baik dan lancar.

4. Evaluation

Penerapan tahapan strategi ini dapat dilihat dari tujuan atau target yang diharapkan oleh Yayasan Ash-Shomad Internasional agar masyarakat Jatinom selalu mengenal dan ingin lebih tahu tentang kebudayaan Yaqowiyu. Seperti yang dikatakan oleh Agus Purwanto, SE, Humas Yayasan Ash-Shomad Internasional, (tanggal 18 Juli 2022).

“Target serta evaluasi yang kami lakukan tidak bisa diukur dari apakah acara itu diketahui oleh masyarakat luas, namun kita lihat dari seberapa antusias masyarakat yang ingin lebih tahu tentang pagelaran acara kebudayaan Yaqowiyu itu”.

SIMPULAN

Berdasarkan data diatas yang telah diperoleh dari hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka penelitian ini menarik kesimpulan bahwa, strategi yang diperoleh Humas Yayasan Ash-Shomad Internasional dalam membentuk citra melalui kegiatan Yaqowiyu. Pembentukan citra positif direalisasikan menggunakan strategi menurut Cutlip dan Center dalam Nova (2014:25) yang meliputi Fact Finding, Planning, Communication, dan Evaluation. Strategi ini dilakukan oleh Humas Yayasan Ash-Shomad Internasional dalam menjalankan tujuan-tujuan tertentu dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat.

Data wawancara yang telah disebarkan kepada narasumber dan telah dianalisis pada bab sebelumnya, dinyatakan citra sangat berpengaruh untuk image Yayasan Ash-Shomad Internasional. Dengan adanya program pagelaran kegiatan Yaqowiyu mampu menciptakan citra positif dikalangan masyarakat. Hal ini berdasarkan survey dari hasil wawancara dengan narasumber.

Penelitian ini menggunakan data wawancara kualitatif yaitu peneliti harus terjun ke lapangan untuk mencari data.

Kepada pihak Humas Yayasan Ash-Shomad Internasional hendaknya tetap mempertahankan dan memaksimalkan program-program pada pagelaran kegiatan Yaqowiyu, agar kegiatan tersebut dapat berjalan dengan baik dan lancar. Supaya citra positif dapat terjaga dari kalangan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Nova, Firsan. (2014). *PR WAR*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia (Adzkia Arif). *Analisis Strategi Komunikasi Krisis Humasda Pt. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasional 2 Bandung (Studi Deskriptif Dalam Kasus Penertiban Lahan Stasiun Barat)*”, Skripsi Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, 7-8.
- Ardylas Y. Putra, (2013). *Strategi Komunikasi BNN (Badan Narkotika Nasional) Kota Samarinda Dalam Mensosialisasikan Bahaya Narkoba* ,eJournal Ilmu Komunikasi, Universitas Mulawarman, 83.
- Givafuri, E. (2014, Februari). *Penggunaan Analisis Swot Dalam Pembuatan Program Public Relations Tb.Rumah Buku*. Retrieved from karyailmiah.unisba.ac.id: <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/view/120>

- Joko. (2017, September 5). *Empat Langkah Strategis Humas*. Retrieved from annualreport.id:<http://annualreport.id/kiat-strategi/empat-langkah-strategis-humas>
- Kurniawan, (2019). *Strategi Komunikasi Humas Pusat Survei Geologi Melalui Kegiatan Geoseminar Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Dikalangan Peserta Seminar*. Skripsi Fakultas Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Komputer Indonesia Bandung, 41-44.
- Lararenjana, E. (2020, Desember 14). *Purposive Sampling Adalah Teknik Pengambilan Sampel dengan Ciri Khusus, Wajib Tahu*. Retrieved from merdeka.com: <https://www.merdeka.com/jatim/purposive-sampling-adalah-teknik-pengambilan-sampel-dengan-ciri-khusus-wajib-tahu-klm.html>
- M. Ikhsanudin, (2014). *Simbol Dan Makna Ritual Yagowiyu Di Jatinom Klaten*, *Jurnal Media Wisata*, 106-109.
- Mulachela, H. (2022, Januari 12). *Komunikasi Adalah: Definisi, Unsur, dan Tujuannya*. Retrieved from katadata.co.id: <https://katadata.co.id/safrezi/berita/61de8d9d4a987/komunikasi-adalah-definisi-unsur-dan-tujuannya>
- Nadya. (2019, Februari 19). *Analisis Data Kualitatif PTK Menurut Milles dan Huberman (1984)*. Retrieved from nadyaputrinote.blogspot.com: <http://nadyaputrinote.blogspot.com/2019/02/pt-1.html>
- Rachella Andalia Kencanawaty, Eka Gustyani Putri, (2019). *Analisis Strategi Public Relations Klinik Micheleanne Dalam Membangun Awareness Perawatan Stem Cell*, *London School of Public Relations Jakarta*, 129.
- Sisilia Herlina, (2015). *Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang*, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tribhuwana Tungadewi*, 497-498.