



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 6 Tahun 2023 Page 1508-1527

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Peran dan Fungsi Praktisi Hubungan Masyarakat di Organisasi Nirlaba

Anggun Nadia Fatimah<sup>1✉</sup>, Abdul Kholik<sup>2</sup>, Wina Puspita Sari<sup>3</sup>, Raisa Rahmi Alfat<sup>4</sup>,  
Putri Yohana Sitorus<sup>5</sup>

Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Universitas Negeri Jakarta

Email: [anggun.nadia@unj.ac.id](mailto:anggun.nadia@unj.ac.id)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Sebagai ujung tombak pemeliharaan citra positif organisasi, praktisi hubungan masyarakat memiliki peran dan fungsi yang vital dalam organisasi. Optimalisasi peran dan fungsi ini menentukan efektif atau tidaknya komunikasi antara organisasi dengan publik internal maupun publik eksternal terkait. Dengan memanfaatkan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus ganda, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan membandingkan bagaimana peran dan fungsi hubungan masyarakat diimplementasikan dalam tiga jenis institusi yang berbeda, yakni organisasi pemerintah, organisasi industri, dan lembaga swadaya masyarakat. Data dikumpulkan melalui wawancara semi terstruktur dari total 18 instansi yang terdiri dari 6 instansi pemerintah, 6 industri, dan 6 lembaga swadaya masyarakat. Data dianalisis dengan teknik analisis tematik yang dikodifikasi menggunakan perangkat lunak Nvivo 12. Hasil penelitian masih dalam diskusi.

Kata Kunci: *Peran Dan Fungsi Humas, Manajemen Humas, Humas Digital, Studi Komparasi, Studi Kasus Ganda*

## Abstract

As the spearhead of maintaining a positive image of the organization, public relations practitioners have vital roles and functions in the organization. Optimizing these roles and functions determines whether communication between the organization and its public is considered effective or not. By utilizing a qualitative approach and multiple case-study methods, this research aims to describe how PR roles and functions are carried out in the field of Civil Society Organizations. Data was collected through semi-structured interviews with six institutions and further analyzed with thematic analysis. The results of the study found that public relations in the observed institutions dominantly play the roles of communication facilitator and communication technician, with internal relations and publicity as the dominant functions.

*Keywords: PR Roles and Functions, PR Management, Digital PR, PR in Social Movemen*

## PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman, peran dan fungsi praktisi hubungan masyarakat (humas) semakin vital dalam meningkatkan efektivitas komunikasi sebuah institusi (Sari and Soegiarto 2019). Kebutuhan untuk meraih kepercayaan publik dengan terlebih dahulu menyediakan akses terhadap informasi berkualitas, mengelola opini publik, memberikan pelayanan terbaik bagi klien dan masyarakat, serta menjalin hubungan yang baik antara organisasi dengan publik, melatarbelakangi urgensi optimalisasi peran dan fungsi humas di berbagai instansi. Praktisi humas memegang peranan strategis dalam meningkatkan citra positif organisasi dan membuka peluang kerja sama dengan instansi lain dan publik (Gora 2019).

Fungsi kehumasan tidak lagi dipandang sebagai fungsi tambahan, melainkan diakomodasi sebagai pilar penting keberlanjutan organisasi (Gora 2019; Sari and Soegiarto 2019). Kesadaran akan pentingnya peran dan fungsi humas ini antara lain ditunjukkan oleh semakin banyaknya institusi yang mengadopsi fungsi kehumasan di dalam struktur organisasi (Cendekia Sandyakala 2020; Mangun 2020; Putra, Kriyantono, and Wulandari 2019; Rosidin and Hamid 2020; Sari and Soegiarto 2019).

Kesadaran untuk memanfaatkan potensi kehumasan dalam menjangkau khalayak dan mewujudkan tujuan organisasi ditemukan di berbagai bentuk organisasi. Di sektor pelayanan publik, aktivitas kehumasan dapat tidak selamanya dikerjakan oleh praktisi berlatar belakang kehumasan (Putra et al. 2019). Meski demikian, kantor-kantor pemerintah termasuk pemerintah daerah umumnya, telah mengakomodasi bidang kehumasan dalam struktur organisasinya (Mangun 2020; Sari and Soegiarto 2019). Demikian halnya di sektor swasta, meski bentuk implementasinya dapat berbeda-beda, peran dan fungsi humas

diakui sebagai hal yang penting dan mampu menghadirkan kontribusi positif bagi organisasi (Mayasari and Angguntiara 2018; Mayasari, Purihastine, and Qibtiah 2019; Nasution 2019; Setyanto and Sutarso 2018).

Pentingnya peran humas mulai disadari oleh masyarakat tidak hanya dalam organisasi bisnis atau perusahaan laba saja, namun juga dalam organisasi nirlaba, seperti Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dan Organisasi Kemasyarakatan (Ormas). Organisasi nirlaba adalah organisasi masyarakat sipil yang mengusulkan solusi untuk masyarakat dan sifatnya Non-Profit Oriented (tidak mencari keuntungan). Peran humas dalam organisasi nirlaba yaitu untuk menjaga hubungan antara organisasi dengan publiknya agar dapat mencapai tujuan yang ingin dicapai. Seperti pada acara kampanye penggalangan dana peran humas penting untuk bisa mendapatkan kepercayaan publik dan menarik publik untuk berpartisipasi dalam kegiatan tersebut (Anggraeni 2022; Duhaln and Alecsandri 2010).

Dalam organisasi nirlaba, peran humas sangatlah penting, yakni sebagai faktor pendorong dan penarik publik dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan organisasi (Broom and Sha 2013). Peran humas turut berkontribusi dalam optimalisasi kegiatan pemasaran, peningkatan kualitas kerja, perekrutan relawan, pencarian sumbangan, pembangunan kemitraan strategis yang menghubungkan lembaga dengan pendonor, dan optimalisasi penggunaan teknologi dalam memperluas jangkauan komunikasi.

Dalam penelitiannya terkait penggunaan media sosial sebagai strategi advokasi menemukan bahwa kegiatan kehumasan merupakan komponen penting dalam proses advokasi isu kekerasan bersenjata melalui media sosial (Choi and McKeever 2022). Praktisi humas berperan dalam memformulasikan pesan, memobilisasi publik, dan mengamplifikasi isu. Pentingnya peran dan fungsi humas dalam menggaungkan kampanye "Gerakan Infaq Beras" salah satunya dilakukan oleh Baitulmaal Munzalan Indonesia (Rahastine 2021). Praktisi humas di instansi ini menggunakan kombinasi media publikasi digital seperti situs daring, media sosial, brosur, dan perhelatan luring (event organizing) untuk memperkenalkan program secara lebih komprehensif kepada publik (Rahastine 2021). Organisasi nirlaba juga memanfaatkan kegiatan kehumasan untuk mendukung terlaksananya kampanye program yang melibatkan unsur-unsur manajemen humas seperti penelitian, perencanaan, tindakan dan komunikasi, serta evaluasi (Armela 2014).

Penelitian-penelitian tersebut memperlihatkan adanya keragaman implementasi dari peran dan fungsi humas di organisasi nirlaba. Meski demikian, penelitian terdahulu cenderung mendeskripsikan bagaimana aktivitas kehumasan, peran praktisi humas, dan/atau bagaimana fungsi kehumasan dijalankan di organisasi yang menjadi objek penelitian. Sementara itu, penelitian yang berfokus membandingkan pelaksanaan peran

dan fungsi kehumasan di lebih dari satu organisasi nirlaba belum ditemukan.

Untuk mengisi kesenjangan tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan bagaimana peran dan fungsi humas dijalankan di 6 lembaga swadaya masyarakat. Kebaruan penelitian terletak pada upaya menghadirkan perbandingan deskriptif dari implementasi peran dan fungsi humas di 6 lembaga swadaya masyarakat, yang terdiri dari Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI), Yayasan Tunas Bakti Nusantara, Yayasan Dompot Dhuafa Republika, SMA Negeri 91 Jakarta, Swara Peduli Ceria, Palang Merah Indonesia (PMI) Jakarta Selatan. Dengan demikian, pertanyaan utama yang menjadi titik tolak pengembangan penelitian ini adalah, "Bagaimana implementasi peran dan fungsi humas di enam organisasi nirlaba di Indonesia?"

Menurut Grunig and Hunt (1984), hubungan masyarakat menggambarkan bagaimana komunikasi antara organisasi dengan publik dikelola. Humas dengan demikian, memegang peranan penting dalam mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi (Broom and Sha 2013). Sebagai sebuah profesi, praktisi humas dan komunikasi memiliki peran dan fungsi dasar yang perlu dipenuhi untuk menjamin kelancaran dan kejelasan arus komunikasi dengan publik internal maupun eksternal, guna membangun kepercayaan, mengatur strategi komunikasi, dan melakukan pemecahan masalah melalui pengelolaan hubungan positif (Gora 2019).

Secara konseptual, peran humas dapat dibedakan menjadi empat peran utama (Broom and Sha 2013). Pertama, peran pelaksana komunikasi (communication technician). Peran pelaksana komunikasi umumnya dijalankan oleh praktisi baru di dunia kehumasan. Dalam peran ini humas bertindak sebagai *journalist in residence*, yaitu humas bertindak dalam membuat tulisan jurnalistik, menyebarluaskan informasi dan mengendalikan berita kepada publik, pengambilan gambar, penyuntingan suara dan video, serta pengelolaan media sosial (Ratu and Djuwita 2021). Mereka yang memegang peranan ini seringkali tidak memahami konsep pelaksanaan program secara mendalam dan tidak dilibatkan dalam perancangan program maupun proses pengambilan keputusan (Broom and Sha 2013).

Peran kedua adalah peran konsultan ahli (*expert prescriber*). Peran konsultan ahli diisi oleh praktisi yang telah lama berpengalaman memiliki kemampuan untuk membantu mencari solusi dan menyelesaikan masalah dengan publiknya (Ratu and Djuwita 2021). Praktisi humas yang menjalankan peran ini bertugas mengidentifikasi masalah, merancang strategi dan program komunikasi, serta mempertanggungjawabkan pelaksanaan program yang dirancang. (Broom and Sha 2013). Tidak semua konsultan ahli dipekerjakan dalam struktur organisasi. Beberapa konsultan ahli, baik individu maupun yang tergabung dalam agensi, secara khusus diminta menangani program atau krisis tertentu dan dikontrak sesuai

periode pelaksanaan program.

Peran ketiga adalah fasilitator komunikasi (communication facilitator). Peran fasilitator komunikasi adalah menjembatani komunikasi antara organisasi dengan publik. Dalam peran ini praktisi humas menjadi mediator untuk membantu manajemen organisasi dalam mendengarkan apa yang diharapkan oleh publiknya. Praktisi humas disini membuka dan menyediakan kanal pertukaran informasi guna memfasilitasi terselenggaranya komunikasi dua arah (Ratu and Djuwita 2021). Tujuan utama implementasi peran ini adalah memastikan ketersediaan informasi yang relevan bagi publik dan bagi manajemen organisasi (Broom and Sha 2013). Hal ini penting mengingat informasi yang relevan dapat mempengaruhi arah pengambilan keputusan dan penjaminan kepentingan bersama.

Peran humas yang terakhir adalah sebagai pemecah masalah (problem solving facilitator). Peran pemecah masalah ini berada pada bagian manajemen sehingga memungkinkan praktisi humas terlibat dalam perancangan strategis dan berkolaborasi dengan unit lain dalam pengambilan keputusan organisasi. Praktisi humas di level ini berperan penting dalam penentuan arah kebijakan kehumasan baik sebagai penasihat hingga mengambil tindakan eksekusi dalam mengatasi krisis yang sedang dihadapi secara rasional dan profesional. Untuk itu, keterampilan berpikir kritis dan kemampuan menyelesaikan masalah menjadi tuntutan bagi praktisi humas di level ini (Ratu and Djuwita 2021).

Pemahaman terkait fungsi humas acapkali direduksi dan disamakan dengan kegiatan publikasi, lobi, atau komunikasi internal perusahaan dengan karyawan. Padahal, ketiga hal tersebut hanyalah contoh kegiatan yang dilakukan oleh para praktisi humas. Secara teoretik, fungsi humas diklasifikasikan ke dalam sembilan jenis (Broom and Sha 2013). Kesembilan fungsi tersebut adalah pengelolaan hubungan internal (internal relations), publisitas (publicity), periklanan (advertising), penciptaan nilai berita (press agency), penanganan urusan publik (public affairs), lobi (lobbying), penanganan isu (issues management), penanganan hubungan investor (investor relations), dan pengembangan (development).

Pengelolaan hubungan internal mengacu pada pembangunan hubungan positif antara pihak manajemen dengan pekerja dalam suatu instansi atau organisasi. Fungsi ini diwujudkan melalui upaya perencanaan dan pengimplementasian program komunikasi untuk memastikan tersampainya informasi, motivasi, dan penguatan budaya organisasi di kalangan pekerja. Implementasi fungsi ini memungkinkan sebuah organisasi membangun kesamaan nilai, tujuan, kekuatan kerja sama, komitmen, dan jaringan sosial yang merupakan fondasi bagi efektivitas organisasi.

Fungsi publisitas mengacu pada upaya membangun citra organisasi melalui suplai konten publikasi kepada media. Konten yang dibuat harus mengandung nilai berita yang memadai agar dapat menarik perhatian khalayak. Konten tersebut dapat berbentuk naskah berita, rilis berita, gambar atau foto, rekaman wawancara, video rilis berita, dan aneka bentuk publikasi lain yang dinilai dapat mewakili sudut pandang organisasi. Mirip dengan fungsi publisitas, fungsi periklanan berhubungan dengan suplai materi publikasi ke kanal-kanal media. Perbedaannya terletak fleksibilitas kontrol. Materi publikasi pada publisitas dikirimkan tanpa membayar, sehingga instansi pengirim tidak dapat memastikan bagaimana materi tersebut disunting dan kapan akan dipublikasikan pada sesi apa. Pada periklanan, materi publikasi dikirimkan secara membayar, sehingga praktisi humas dan komunikasi pada instansi pengirim dapat mengendalikan kapan materi tersebut ditayangkan, konten apa yang akan ditayangkan, dan bagaimana konten tersebut dipublikasikan.

Fungsi penciptaan nilai berita berfokus pada penciptaan cerita, berita, atau perhelatan (newsworthy stories and events) yang mampu menarik perhatian media dan khalayak luas. Fungsi penanganan urusan publik berkonsentrasi pada pembangunan dan pemeliharaan hubungan baik antara organisasi dengan agen pemerintah dan pemangku kepentingan lain guna mempengaruhi kebijakan publik. Fungsi lobi sementara itu, terkhususkan pada upaya membangun dan memelihara hubungan baik dengan pemerintah guna mempengaruhi arah kebijakan legislasi dan regulasi yang berhubungan dengan kepentingan organisasi/instansi yang diwakili.

Fungsi pengelolaan isu mencakup dua langkah utama, yakni 1) identifikasi masalah dan efek yang mungkin muncul, serta 2) perancangan strategi untuk memitigasi dan/atau memanfaatkan isu yang berkembang untuk kepentingan organisasi. Fungsi penanganan hubungan investor mengacu pada pembangunan dan pemeliharaan hubungan saling menguntungkan antara organisasi dengan pemegang saham dan komunitas finansial lain guna memaksimalkan keuntungan di pasar. Sedangkan fungsi pengembangan mengacu pada pemeliharaan hubungan dengan donor dan/atau pemangku kepentingan guna memastikan kesinambungan dukungan finansial terhadap organisasi. Fungsi ini cenderung ditemukan pada kegiatan kehumasan yang dijalankan oleh lembaga swadaya masyarakat.

Organisasi nirlaba adalah organisasi yang tidak berorientasi pada keuntungan. Berbeda dengan organisasi bisnis, organisasi nirlaba memperoleh sumber daya untuk melakukan berbagai aktivitasnya dari sumbangan para donatur. Sumbangan tersebut didapatkan berdasarkan jasa yang ditawarkan oleh organisasi tersebut (Dinanti and Nugraha 2018). Terdapat beberapa jenis organisasi nirlaba, seperti LSM dan Ormas. Perbedaan antara keduanya yaitu LSM atau Lembaga Swadaya Masyarakat adalah

organisasi yang didasarkan pada adanya ketidakadilan di masyarakat kemudian dilakukan aksi saat adanya dukungan seperti bantuan dana yang sebagian datang dari pemerintah dan sektor bisnis serta didasarkan pada nilai-nilai sukarela. Sedangkan Ormas atau Organisasi Kemasyarakatan adalah organisasi yang dibentuk oleh masyarakat secara mandiri dan bukan bagian dari pemerintah yang bertujuan untuk menciptakan penegakan hukum yang efektif dengan pengenalan sosial dan menerima prinsip tanggung jawab sosial demi melindungi kepentingan masyarakat dari kesewenangan pemerintah (Herdiansah 2016). Dalam konteks penelitian ini, fokus pembahasan diarahkan pada organisasi nirlaba berbentuk LSM.

LSM merupakan organisasi yang didirikan oleh masyarakat Indonesia secara sukarela yang bergerak di bidang tertentu sebagai bentuk dukungan masyarakat untuk memperbaiki kehidupan masyarakat setempat. LSM tidak hanya beroperasi secara sukarela tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip Pancasila (Anggraeni 2022; Herdiansah 2016). Tindakan LSM ditujukan pada isu-isu penting di masyarakat, seperti kesehatan, pendidikan, lingkungan, budaya (Duhalm and Alecsandri 2010).

Secara ideal, LSM adalah organisasi yang muncul dari masyarakat yang memiliki salah satu peran, yakni memperjuangkan hak-hak masyarakat sebagai alternatif pembangunan (Fakih 2004). Selain itu adanya LSM dapat membawa perubahan sosial yang merupakan salah satu aspek yang tidak dapat dipenuhi hanya dengan mengandalkan unsur pemerintah. Dengan adanya perubahan sosial, taraf hidup masyarakat pun dapat meningkat.

Untuk menjalankan perannya sebagai pendorong perubahan sosial, kalangan aktivis LSM mulai menyadari arti penting aktivitas komunikasi dan kehumasan dalam praktik kesehariannya. Beberapa organisasi mendorong aktivitas kehumasan dengan membentuk divisi khusus yang menangani sosialisasi program dan pembangunan relasi yang memiliki penyebutan bervariasi seperti humas, partnership, komunikasi, media relation, atau digital campaigner. Meski berbeda dalam istilah, sejatinya divisi atau bagian organisasi ini menjalankan aktivitas kehumasan dan komunikasi, baik secara konvensional maupun digital.

Dalam struktur LSM, humas berperan sebagai perantara antara masyarakat dengan institusi terkait. Humas berperan memediasi hubungan antara institusi dengan masyarakat, negara, dan/atau pemangku kepentingan lainnya (Pelor 2018). Dalam kaitannya dengan pengelolaan isu, humas di tubuh LSM dapat dioptimalkan untuk mengekskalasi isu dan memobilisasi pergerakan masyarakat, sebagaimana yang nampak pada isu seputar pendidikan, ekologi, hak asasi manusia, status perempuan, hak-hak hukum atau

kepemilikan, dan lain sebagainya.

Lebih jauh lagi, kegiatan kehumasan bahkan dapat dioptimalkan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam upaya perlindungan konsumen, karena tanggung jawab untuk melindungi hak-hak konsumen bukan hanya merupakan kewajiban pemerintah, melainkan juga membutuhkan peran aktif dari masyarakat (Atteng 2014). Humas turut andil dalam menampung, memproses, menyalurkan dan mengimplementasikan aspirasi masyarakat terutama pada bagian yang seringkali kurang diperhatikan oleh pemerintah (Herdiansah 2016). Humas pada LSM dapat juga memiliki fungsi sebagai penyalur dalam penyebaran aspirasi hak dan kewajiban warga negara dengan tujuan yang telah ditetapkan oleh masing-masing organisasi. Masyarakat dapat memberikan aspirasinya kepada pihak humas LSM lalu kemudian disalurkan kepada lembaga politik atau pemerintah yang bersangkutan supaya tidak terjadi kesalahpahaman dan terjalin hubungan komunikasi yang baik antara masyarakat dan pemerintahan.

#### METODE PENELITIAN

Penelitian ini dirancang dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang dilakukan berdasarkan hasil penemuan fakta di lapangan terkait fenomena sosial yang diangkat, bersifat deskriptif, dan cenderung berfokus pada proses daripada hasil akhir (Mappasere and Suyuti 2019; Rukin 2019). Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah untuk memahami, untuk menggambarkan, untuk mengembangkan dan menemukan suatu fenomena utama (Mappasere and Suyuti 2019). Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk membandingkan deskripsi peran dan fungsi humas yang dijalankan dalam tiga jenis organisasi yang diangkat sebagai objek penelitian. Konteks penelitian merujuk pada implementasi peran dan fungsi humas di 6 LSM yang diposisikan sebagai unit analisis (Babbie 2020). Keenam organisasi tersebut terdiri dari Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI), Yayasan Tunas Bakti Nusantara, Yayasan Dompot Dhuafa Republika, SMA Negeri 91 Jakarta, Swara Peduli Ceria, Palang Merah Indonesia (PMI) Jakarta Selatan. Jumlah ini melampaui jumlah minimum 10 sampel yang direkomendasikan untuk menjamin ketercapaian saturasi data pada penelitian kualitatif (Onwuegbuzie and Collins 2015). Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan peran dan fungsi humas yang dijalankan dalam enam organisasi tersebut.

Menimbang tujuan penelitian dan kekayaan data yang dihasilkan dari konteks yang diangkat, penelitian ini menerapkan metode studi kasus ganda (multiple case study) yang berarti studi kasus dimulai dengan satu kasus terlebih dahulu kemudian diperluas menjadi dua atau lebih. Kasus tambahan tersebut bertujuan untuk memperluas pengamatan peneliti

(Nur'aini 2020). Pemilihan institusi dilakukan secara purposif yang dimana teknik ini dikenal dengan pengambilan sampel yang mengandalkan penilaian peneliti berdasarkan unit yang akan dipelajari (Firmansyah and Dede 2022). Mengingat potensi perbedaan penyebutan dalam struktur organisasi, penelitian ini membatasi istilah "praktisi humas" merujuk pada pekerja yang ditugaskan untuk menjalankan fungsi dan peran kehumasan dan komunikasi dalam organisasi, termasuk anggota divisi, departemen, unit, di bagian kehumasan (public relations officer), pelaksana komunikasi (communication officer), pengelola media sosial (social media administrator), layanan pelanggan (customer care atau customer relations officer), maupun istilah lain yang memiliki deskripsi pekerjaan serupa.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi terstruktur yang dilakukan secara luring terhadap praktisi humas yang bekerja pada masing-masing institusi yang menjadi objek penelitian (Babbie 2020). Wawancara semi terstruktur adalah jenis wawancara yang menggunakan perencanaan yang sistematis namun pewawancara tetap dapat melakukannya dengan fleksibel menyesuaikan dengan individu yang diwawancarai dengan menggunakan teknik dan keterampilan komunikasi yang diinginkan (Sandroto 1999). Pemilihan teknik wawancara semi terstruktur ini bertujuan untuk membahas permasalahan secara lebih terbuka dengan meminta ide serta pendapat pribadi dari pihak yang diwawancarai (Tjahjadi, Paramita, and Salman 2021).

Adapun wawancara ini dilakukan untuk menggali data terkait beberapa topik, yaitu posisi humas dalam struktur organisasi, peran dan fungsi humas dalam organisasi, media yang digunakan humas, publik kepentingan humas, program yang ditangani humas dalam suatu organisasi, kendala yang dialami humas, cara humas menangani krisis dalam suatu organisasi. Wawancara dilakukan terhadap 10 orang informan yang berasal dari 6 instansi berbeda. Adapun data informan diperinci sebagai berikut:

Tabel 1. Profil Informan

<b>Instansi</b>	<b>Kode Informan</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Posisi di Organisasi</b>
SMAN 91	Informan 1	1 Wanita,	Guru bahasa Inggris dan Staff
	Informan 2	1 Pria	Sarpras Humas, Wakil kepala sekolah & Staff Sarpras Humas
Yayasan Swara Ceria	Informan 3	1 Pria	Kepala divisi Humas bagian program Swara Peduli Ceria
Yayasan Tunas Bakti Nusantara	Informan 4	1 Pria, 2 Wanita	Staff divisi humas
	Informan 5		
	Informan 6		

WALHI	Informan 7	1 Pria	Staff divisi kampanye
Dompet	Informan 8	2 Pria	Staff divisi komunikasi dan
Dhuafa	Informan 9		<i>corporate strategy</i>
PMI Jakarta Selatan	Informan 10	1 Pria	Staff humas

Data yang terkumpul dikodifikasi ke dalam tema-tema dan dianalisis dengan teknik analisis tematik sebagaimana dijabarkan dalam (Clarke and Braun, 2017). Untuk meningkatkan validitas temuan, penelitian ini memanfaatkan strategi triangulasi sumber (Creswell and Clark, 2017) dimana 6 LSM berbeda ditetapkan sebagai sumber data.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan, posisi humas dalam struktur organisasi nirlaba cenderung bervariasi. Keenam institusi yang menjadi objek wawancara memiliki caranya sendiri dalam menjalankan peran humas baik itu dengan cara memanggil konsultan humas dari luar organisasi, memiliki divisi khusus kehumasan ataupun mereka sama sekali tidak memiliki divisi humas namun menjalankan praktik kehumasan.

Di SMA Negeri 91 Jakarta misalnya, kegiatan kehumasan dinaungi oleh divisi sarana dan prasarana sekolah. Informan 1 menyatakan bahwa ini merupakan implikasi dari regulasi sekolah yang hanya membolehkan adanya 3 wakil kepala sekolah yang bertanggung jawab atas divisinya masing-masing, yaitu di bagian kurikulum, kesiswaan, serta sarana prasarana dan humas. Sementara itu, di instansi lainnya, aktivitas kehumasan dinaungi oleh divisi yang berbeda serta diberi penyebutan yang bervariasi pula. Rincian posisi humas dalam struktur organisasi keenam instansi, berikut jumlah pelaksana kegiatan kehumasan yang dilibatkan, disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 2. Posisi Humas dalam Struktur Organisasi

<b>Instansi</b>	<b>Divisi dalam Struktur</b>	<b>Jumlah Pelaksana</b>
SMAN 91	Divisi Sarana & Prasarana	3 orang
PMI Jakarta Selatan	Organisasi & Komunikasi (ORKOM)	2 orang
Yayasan Swara Ceria	Divisi Humas	4 orang
WALHI	Bagian Kampanye & Advokasi	1 orang
Yayasan Tunas Bakti Nusantara	Media Nusantara	3 orang
Dompet Dhuafa	Divisi Corporate Secretary	2 orang

Pada dasarnya, besar kecilnya keberadaan divisi humas dalam suatu organisasi dipengaruhi oleh berbagai variabel, seperti perbedaan pengetahuan atau kebutuhan

pimpinan terhadap peran dan fungsi humas bagi kepentingan organisasi. Ketersediaan sumber dana, variasi rincian pekerjaan yang ditangani, serta fleksibilitas struktur organisasi terkait. Selain itu, kegiatan kehumasan tidak selamanya harus ditangani oleh orang-orang dalam struktur. Beberapa kegiatan yang sifatnya eventual dapat saja melibatkan jasa konsultan humas yang bekerja berdasarkan kontrak perjanjian. Praktik ini ditemukan pada PMI Jakarta Selatan, sebagaimana diungkapkan oleh informan 10, "Apabila kita akan melaksanakan event yang tingkatnya Provinsi tentu kan yang hadir juga banyak pejabat yang akan hadir, disitu kita memerlukan juga orang-orang yang memang profesional di bidangnya karena kalau kita meng-hire dari internal sendiri belum tentu mampu".

Sebagaimana disebutkan di atas, salah satu variabel yang menentukan penempatan humas dalam struktur organisasi adalah job description, atau rincian pekerjaan yang harus ditangani. Temuan lapangan menunjukkan, rincian pekerjaan ini biasanya tidak jauh dari kegiatan publikasi, lobi, komunikasi internal dengan level manajerial dan karyawan, atau dan eksternal dengan publik, instansi lain, maupun pemangku kepentingan terkait.

Rincian pekerjaan setiap organisasi berbeda sesuai dengan kebutuhan dan tujuan organisasinya. Seperti di WALHI, rincian umum kegiatan humas adalah menghadirkan perkembangan berita terkini, menyampaikan narasi seputar organisasi dan sikap organisasi terhadap isu tertentu, serta mengatur strategi komunikasi yang tepat untuk menjangkau khalayak. Di Dompot Dhuafa, kegiatan kehumasan diturunkan ke dalam unit kegiatan yang lebih kecil sehingga perlu ditangani oleh beberapa posisi yaitu jurnalis, komunikasi internal, tim public relations, media relation, design grafis, dan web admin. Pola serupa ditemukan di Yayasan Nusa Bakti Nusantara, Yayasan Swara Peduli Ceria, dan PMI Jakarta Selatan. Sedangkan di SMA Negeri 91 Jakarta, rincian pekerjaan ini didominasi oleh aktivitas publikasi, penerimaan, atau penyebaran informasi.

### Peran dan Fungsi Humas

Merujuk pada (Broom and Sha 2013), terdapat ada empat peran yang mendasari aktivitas kehumasan di berbagai organisasi. Keempat peran yang dimaksud terdiri dari penasehat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator dalam proses pemecahan masalah, dan teknisi komunikasi. Meski demikian, dalam praktiknya setiap organisasi dapat mengadopsi peran ini sesuai kekhasan organisasinya masing-masing.

Temuan di lapangan menunjukkan, peran humas yang banyak dijalankan oleh keenam organisasi adalah sebagai fasilitator komunikasi dan teknisi komunikasi. Menurut (Broom and Sha 2013), fasilitator komunikasi bertugas menjembatani komunikasi antara organisasi dengan publik. Implementasi peran ini dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk aktivitas.

Di SMAN 91 misalnya, peran ini dijalankan melalui aktivitas penyaluran informasi, penghubung antara sekolah dengan orangtua, hingga pengurusan perijinan acara kepada pihak yang berwenang di lingkungan setempat. Bentuk aktivitas fasilitasi komunikasi juga terlihat dalam kegiatan mediasi antar instansi serta kegiatan publikasi dan sosialisasi program organisasi kepada khalayak sebagaimana ditemukan pada PMI Jakarta Selatan dan Yayasan Dompot Dhuafa. Informan 10 dari PMI Jakarta Selatan juga menjelaskan bahwa mereka menggunakan komunikasi dua arah untuk meluruskan hoax yang beredar di masyarakat dengan membentuk Community Engagement Accountability (CEA) untuk mendapatkan umpan balik dari masyarakat dan mendatangkan para tokoh terkait untuk meluruskan adanya berita hoax tersebut, "kita mencoba meluruskan tapi kita juga tidak bisa serta merta masuk ke dalam masyarakat karena saya sendiri juga bukan tokoh agama kan. Yang berkaitan dengan agama itu sulit karena mereka rata-rata kan kalau Orang Betawi bilang tekak. Jadi kita pelan-pelan kita kasih masukan. Jadi kemarin tokoh agama kita kumpulkan dan beri sosialisasi pelan-pelan. Nah ini yang disebut umpan balik masyarakat komunikasi dua arah".

Di WALHI, implementasi peran fasilitator komunikasi nampak lebih mencolok. Peran fasilitator komunikasi pada humas berfungsi sebagai tempat keluar dan masuknya berbagai informasi dari dan untuk masyarakat. Dalam konteks ini peran fasilitator dapat dilihat dari bagaimana WALHI menjadi pendengar bagi masyarakat dan membuat suara masyarakat didengar oleh pemerintah melalui pembuatan kampanye, narasi, dan strategi komunikasi ke media. Contohnya seperti yang dikatakan Informan 7 dari WALHI, "misalnya mandat kita sekarang ini soal sampah kita akan coba intervensi pemerintah buat membatalkan proyek incinerator atau pembakaran sampah kemudian di level masyarakatnya yaitu edukasi ngasih narasi ke mereka kalau incinerator itu gak nyelesaiin masalah". Tidak hanya menghubungkan antara organisasi dengan publik, humas sebagai fasilitator komunikasi di WALHI juga berperan dalam menerima dan menampung keluhan-keluhan dari masyarakat terkait permasalahan lingkungan di sekitar mereka. Setelah ditampung, keluhan ini disampaikan kepada institusi terkait seperti Badan Pengelola Lingkungan Hidup (BPLH) sebagai instansi pemerintah yang bertanggung jawab perihal penanganan lingkungan. Pada proses ini, pemerintah dapat mengevaluasi hal yang terjadi dengan menerima informasi tentang keadaan masyarakat yang dirugikan akibat pengelolaan lingkungan yang tidak sesuai. Setelah itu, keluhan dari masyarakat itu dapat ditindaklanjuti melalui kebijakan yang berlaku.

Sementara itu, peran teknisi komunikasi diwujudkan dalam bentuk pembuatan materi kehumasan dan/atau partisipasi langsung dalam event kehumasan. Materi kehumasan

yang dimaksud antara lain berbentuk siaran pers, narasi publikasi, desain poster, dan publikasi media sosial. Di Yayasan Tunas Bakti Nusantara misalnya, mereka mengeluarkan produk kehumasan seperti press release yang ditulis sendiri lalu merilisnya di koran atau melalui radio. Informan 5 menyatakan bahwa mereka tidak menggunakan pihak ketiga dalam pembuatan press release tetapi mereka memanfaatkan para relawan yang memang ahli dalam bidang tersebut. Sementara partisipasi langsung dapat diamati dalam kegiatan seperti kampanye, perencanaan strategi komunikasi, dan pelaksanaan event kehumasan yang dilakukan untuk meningkatkan kesadaran publik akan isu tertentu, sebagaimana dilakukan di WALHI.

Di samping menjalankan peran kehumasan, praktisi kehumasan juga menjalankan fungsi-fungsi tertentu. (Broom and Sha 2013) menjabarkan fungsi humas ke dalam sembilan kategori, yakni pengelolaan hubungan internal, publisitas, periklanan, penciptaan nilai berita, penanganan urusan publik, lobi, penanganan isu, penanganan hubungan investor, dan pengembangan. Di Dompet Dhuafa mereka melakukan pembagian jobdesk yang cukup jelas seperti, pengelolaan hubungan internal yang berfungsi sebagai pengelola komunikasi untuk jaringan internal dalam Dompet Dhuafa sendiri, seperti jaringan coding yang berada di kantor pusat, network, dan seluruh cabang atau zona layanan. Selain itu ada tim jurnalis, tim public relations, media relation yang berperan sebagai publisitas, penciptaan nilai berita, lobi, penanganan urusan publik sekaligus periklanan melalui kegiatan liputan, aktivitas kolaborasi, pendistribusian materi komunikasi ke berbagai channel, seperti yang dikatakan Informan 10 dari PMI Jakarta Selatan “mendistribusikan materi-materi marketing komunikasi ke berbagai channel, dimana pada channel tersebut terdapat media ruang seperti creative ads berupa video, tron car ads, dan iklan”. Selain itu untuk mendukung rangkaian tersebut humas PMI juga membentuk tim desain grafis untuk mengelola materi komunikasi lalu mengembangkannya menjadi konten-konten berdasarkan Surat Izin Operator (SIO).

Namun, setiap organisasi memiliki istilah dan perannya sendiri sebagai humas. Humas di SMA Negeri 91 Jakarta berfungsi mengelola hubungan internal, publisitas, dan melakukan lobi dengan pihak yang bersangkutan dengan mengirimkan surat izin sebuah acara. Sedangkan di WALHI sebagai organisasi yang bergerak dibidang sosial melaksanakan peran dan fungsi humas lebih banyak untuk kegiatan kampanye, seperti mengatur strategi komunikasi, siaran pers, press release, dan membuat narasi sehingga hampir serupa dengan Yayasan Swara Ceria dan Yayasan Tunas Bakti Nusantara. Di Dompet Dhuafa humas berperan sebagai sarana komunikasi dan informasi, sebagai narahubung dengan perusahaan lain, dan sebagai media publikasi pergerakan organisasi. Sedangkan

PMI Jakarta Selatan memiliki pembagian tugas secara lingkup tertentu, yakni internal dan eksternal dimana eksternal merupakan lingkup yang lebih luas, seperti pemerintahan, mitra kerja, relawan, dan masyarakat sekitar sebaliknya internal merupakan lingkup yang lebih kecil yang terdiri dari 6 PMI kabupaten atau kota DKI Jakarta.

#### Media yang Digunakan Humas

Dalam menjalankan peran dan fungsinya, humas di keenam instansi menggunakan beragam media untuk menjangkau khalayaknya. Media konvensional yang digunakan antara lain berupa koran, majalah, radio, buletin, kertas kebijakan, kertas posisi, dan kajian kritis. Dalam situasi tertentu, pertemuan tatap muka dan kegiatan luring juga diadakan untuk memfasilitasi komunikasi dengan khalayak. Hal ini ditemukan antara lain pada aktivitas lobi dan/atau pemeliharaan relasi dengan media, sebagaimana dilakukan oleh humas Dompot Dhuafa, PMI Jakarta Selatan, dan Yayasan Swara Peduli Ceria.

Sementara itu, media digital yang digunakan umumnya berbasis media sosial, seperti Instagram, Twitter, dan Tiktok. Penggunaan media digital dalam kegiatan kehumasan cenderung mendominasi praktik kehumasan di keenam instansi ini. Hal ini tidak mengherankan mengingat pesatnya perkembangan teknologi yang menjadikan media digital ini sebagai pilihan utama untuk memudahkan seseorang dalam menjalankan pekerjaannya. Dengan besarnya keterbukaan akses internet saat ini membuat setiap orang menyampaikan pendapatnya khususnya di media sosial. Praktisi humas dapat memanfaatkan kondisi ini untuk mengelola hubungan dengan publiknya melalui ruang internet yang ada (Mizanie and Irwansyah 2019).

Humas di SMA Negeri 91 Jakarta misalnya, menggunakan Instagram, Twitter, dan situs resmi sekolah untuk menampilkan profil sekolah, guru, dan staf. Platform digital ini juga digunakan untuk membagikan berbagai macam informasi penting terkait kegiatan sekolah. Informasi yang disebarkan tidak hanya berbentuk narasi tekstual, tetapi juga dilengkapi dengan foto kegiatan yang ada di sekolah. Tidak hanya itu, humas SMAN 91 Jakarta juga aktif menggunakan media sosial untuk menerima pesan dari pihak-pihak yang ingin berpartisipasi dalam acara yang diselenggarakan oleh sekolah.

Informan 1 mengatakan "Untuk media sosial yang kami punya itu, kami ada website jadi di situ ada profil sekolah, profil guru, dan ada info-info penting tentang penerimaan siswa baru lalu ada Instagram juga dan Twitter dan untuk Instagram awalnya bukan saya yang handle lalu dialihkan ke saya dan di situ kita promosi tentang kegiatan kita, seperti literasi dan mengaji bersama. Dari situ, terkadang ada yang dari dunia industri pun tertarik untuk mengisi acara atau event di sekolah kita dan kebetulan ekskul-ekskul yang ada di sini

juga memiliki media sosialnya masing-masing, jadi otomatis mereka juga membantu untuk publikasi.”

Pemanfaatan media sosial dinilai relevan dengan kebutuhan instansi. Informan 7 dari WALHI menjelaskan, “sasaran penggunaan media digital lebih difokuskan kepada anak muda sedangkan media konvensional tertuju untuk orang yang belum bisa baca tulis dan orang tua.” Selain media sosial seperti Instagram, Tiktok, Facebook, Youtube, aktivitas humas juga banyak memanfaatkan aplikasi percakapan instan seperti WhatsApp, dan aplikasi pertukaran pesan elektronik atau email.

#### Program yang Dijalankan dan Kendala yang Dihadapi

Program yang dijalankan humas suatu organisasi merupakan realisasi dari apa yang sudah direncanakan sebagai bentuk upaya humas untuk menjawab masalah yang telah diidentifikasi. Program yang dibuat bisa dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Dalam WALHI program formal biasanya berupa kasus yang sedang ditangani seperti kasus konflik Pulau Pari, Ruang Terbuka Hijau (RTH), dan reklamasi. Sedangkan program informal di WALHI berbentuk seperti sesi berbagi dengan organisasi lain misalnya dengan Lembaga Bantuan Hukum (LBH) Jakarta, Solidaritas Perempuan.

Berbeda dengan Dompet Dhuafa yang memosisikan diri sebagai lembaga filantropi Islam. Dompet Dhuafa memiliki 5 kegiatan kampanye besar yaitu Ramadhan dan Qurban yang merupakan program eventual, serta Wakaf, Yatim, dan Humanesia yang merupakan kegiatan rutin. Di SMA Negeri 91 Jakarta, humas juga ikut andil dalam mensukseskan program pelatihan yang ditujukan untuk para guru, karyawan, dan siswa. Dalam pelatihan SBMPTN untuk siswa misalnya, divisi humas bertugas mengantarkan surat ke guru dan orang tua siswa. Sementara di Yayasan Nusa Bakti Nusantara dan Swara Peduli Ceria, divisi humas berfokus menangani aktivitas publikasi, menjalin relasi, pencarian sponsorship, atau pemeliharaan hubungan antar organisasi. Praktik yang lebih fleksibel dilakukan oleh PMI Jakarta Selatan, yang cenderung menyesuaikan program atau event kehumasannya dengan kebutuhan yang berkembang masyarakat. Informan 10 mengatakan “Kita independen, humas sendiri karena kita memiliki otonomi. Istilahnya program yang kita tuangkan, yang kita rencanakan untuk tahun berikutnya berdasarkan kebutuhan masyarakat, berdasarkan analisa kita. Jadi, belum tentu program yang tiga tahun lalu, masih fleksibel dan masih relevan digunakan untuk tahun berikutnya. Jadi, kita berdasarkan analisa kita tentang kebutuhan.” Sehingga dapat disimpulkan bahwa humas memiliki wewenang untuk mengambil keputusan secara langsung. Namun, tetap memerlukan persetujuan pengurus yang memiliki keputusan tertinggi di dalam suatu organisasi, misal saat menangani

pengungsian bencana di Cianjur Informan 10 dari PMI Jakarta Selatan mengatakan bahwa mereka membuat assessment untuk tahu kebutuhan per orang di pengungsian apa saja, "kita ada komunikasi dua arah dari masyarakat baik dokumentasi yang kita sebarkan ke masyarakat supaya masyarakat juga nantinya terketuk hatinya dan informasi itu bukan sebatas foto tetapi kita memberikan informasi kepada masyarakat bahwa yang dibutuhkan masyarakat adalah a, b, c, d".

Dalam menjalankan aktivitas kehumasan, praktisi humas sewajarnya menemukan kendala atau tantangan di lapangan. Adapun tantangan-tantangan yang telah dihadapi oleh keenam LSM ini antara lain berupa kebutuhan untuk terus belajar dan beradaptasi dengan isu yang berkembang, kekurangan orang dalam tim kehumasan, friksi di dalam tubuh organisasi, kesulitan mendapat sponsor, dan tingginya volume pekerjaan yang harus ditangani khususnya ketika event besar sedang digelar.

### Cara Humas Mengatasi Krisis

Yayasan Dompet Dhuafa pernah mengalami krisis kehumasan yang mencakup reputasi organisasi, salah satunya ialah pada tahun 2019, dimana salah satu staf divisi komunikasi dan corporate strategy nya pernah dianggap sebagai provokator pada masa demo pemilihan presiden. Namun krisis-krisis yang terjadi dapat diatasi dengan jalur lobi, negosiasi, dan testimoni.

Sedangkan WALHI pernah mengalami masalah dimana advokasi WALHI menolak suatu proyek lalu mengagitasi warga sampai menjadi perbincangan dan ada perusahaan yang akhirnya terganggu. Perusahaan itu lalu mengejar-ngejar WALHI dan meminta untuk berhenti, lalu memberikan beberapa tawaran namun WALHI tidak mau berbicara dan menyarankan untuk menanggapi lewat kampanye dan media jika ada pernyataan atau riset yang menurut mereka salah. Namun perusahaan juga menolak hingga akhirnya pemerintah turun tangan untuk memberikan penyelesaian dan WALHI meminta untuk difasilitasi, dibuatkan debat publik atau debat terbuka dengan perusahaan tersebut.

Krisis yang pernah terjadi terhadap PMI Jakarta Selatan dikarenakan oleh pelayanan anggota PMI yang dianggap kurang menyenangkan. Cara yang digunakan untuk mengatasi krisis yang terjadi pada PMI Jakarta Selatan adalah dengan membentuk CEA (Community Engagement Accountability) untuk menjalin umpan balik dari masyarakat. Selain itu, PMI Jaksel menyediakan angket dimana nantinya masyarakat dapat langsung scan melalui barcode yang tersedia di angket. Informan 10 menjelaskan "Jadi ada beberapa permasalahan yang contohnya pendonor. Pendonor udah nyumbangin darah gratis ke PMI, pada saat gue mau donor, gue dikasarin sama dokternya, petugas donornya jutek. Itu

menjadi hal yang luar biasa. Nah, di situlah makanya PMI punya CEA (Community Engagement Accountability). Tujuannya adalah untuk menjalin umpan balik dari masyarakat. Pernah ada berita yang sampai ke walikota. Ada pegawai negeri donor dimaki-maki sama dokter.” ucapnya sedangkan Yayasan Swara Peduli Ceria, SMAN 91, Nusa Bakti Nusantara belum pernah mengalami krisis sejauh ini.

## SIMPULAN

Pentingnya keberadaan peran humas saat ini tidak hanya disadari oleh organisasi bisnis saja, namun juga oleh organisasi nirlaba. Dari 6 instansi yang diteliti, ditemukan bahwa peran humas yang paling menonjol adalah fasilitator komunikasi dan teknisi komunikasi. Fasilitator komunikasi dapat dilihat dari bagaimana mereka menyampaikan informasi ke publik sehingga mendapatkan umpan balik. Sedangkan teknisi komunikasi diwujudkan dengan pembuatan materi seperti press release, dan penyelenggaraan event kehumasan. Sedangkan dari sisi fungsi, humas pada keenam institusi tersebut mayoritas difungsikan sebagai pengelola hubungan internal dan publisitas. Seiring dengan perkembangan teknologi, keenam instansi tersebut cenderung menggunakan media digital untuk melakukan kegiatan kehumasannya. Seperti Instagram, Twitter, Tiktok, dan situs resmi instansi. Hal ini sesuai dengan target sasaran mereka yaitu anak muda, sedangkan media konvensional lebih banyak ditujukan untuk orang tua. Adapun program yang dibuat setiap instansi berbeda, ada yang jangka panjang, pendek, dan ada juga yang dibuat sesuai dengan kebutuhan yang berkembang di masyarakat. Dalam kaitannya dengan krisis, setiap institusi memiliki cara yang berbeda dalam menangani krisis tergantung skala dan kekhasan krisis yang dihadapi.

## DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, Brigita Uba. 2022. “Praktik Dan Peran Public Relations Pada Lembaga Pengembangan Masyarakat Lembata (BARAKAT).” Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Surabaya.

Armela, Fitra. 2014. “Manajemen Humas Dalam Kampanye Humas (Studi Kasus Aktivitas Manajemen Humas LSM Rifka Annisa Women’s Crisis Center Dalam Kampanye Anti Kekerasan Dalam Pacaran).” Universitas Gajah Mada.

Atteng, Rio Bertram. 2014. “TUGAS DAN FUNGSI LEMBAGA SWADAYA MASYARAKAT DALAM MELINDUNGI KONSUMEN.” (1).

Babbie, Earl. 2020. *The Practice of Social Research*. 15th ed. Cengage Learning.

Broom, Glen M., and Bey-Ling Sha. 2013. *Cutlip and Center’s Effective Public Relations*.

Eleventh edition. International edition. Boston: Pearson Education.

- Cendekia Sandyakala, Mutiara. 2020. "Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan." *Jurnal At-Tadbir : Media Hukum Dan Pendidikan* 30(2):184–98. doi: 10.52030/attadbir.v30i2.63.
- Choi, Minhee, and Brooke McKeever. 2022. "Social Media Advocacy and Gun Violence: Applying the Engagement Model to Nonprofit Organizations' Communication Efforts." *Public Relations Review* 48(2):102173. doi: 10.1016/j.pubrev.2022.102173.
- Clarke, Victoria, and Virginia Braun. 2017. "Thematic Analysis." *The Journal of Positive Psychology* 12(3):297–98. doi: 10.1080/17439760.2016.1262613.
- Creswell, John W., and Vicki L. Plano Clark. 2017. *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. 3rd ed. SAGE Publications, Inc.
- Dinanti, Aldila, and Ginanjar Adi Nugraha. 2018. "Pelaporan Keuangan Organisasi Nirlaba." *Duhalim, Simona, and Vasile Alecsandri. 2010. "The Role and Importance of Public Relations at Non-Governmental Organizations." STUDIES AND SCIENTIFIC RESEARCHES. ECONOMICS EDITION* (15). doi: 10.29358/sceco.v0i15.140.
- Fakih, Mansour. 2004. *Masyarakat sipil untuk transformasi sosial: pergolakan ideologi LSM Indonesia*. Cet. 2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Firmansyah, Deri and Dede. 2022. "Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review." *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)* 1(2):85–114. doi: 10.55927/jiph.v1i2.937.
- Gora, Radita. 2019. *Riset Kualitatif Public Relations*. Jakad Media Publishing.
- Grunig, James E., and Todd Hunt. 1984. *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Herdiansah, Ari Ganjar. 2016. "PERAN ORGANISASI MASYARAKAT (ORMAS) DAN LEMBAGA SWADAYA MASYARAKAT (LSM) DALAM MENOPANG PEMBANGUNAN DI INDONESIA." *Socioglobal : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi* 1(1):49. doi: 10.24198/jsg.v1i1.11185.
- Mangun, F. K. 2020. "The Role of Government Public Relations in Central Sulawesi Province: A Study Case of Information Disclosure on the 2018 Donggala Earthquake, Tsunami and Liquefaction." in *The Proceedings of the 4th International Conference of Social Science and Education, ICSSSED 2020, August 4-5 2020, Yogyakarta, Indonesia*. Yogyakarta, Indonesia: EAI.
- Mappasere, Stambol A., and Naila Suyuti. 2019. "Pendekatan Kualitatif." in *Metode Penelitian Sosial*. Gawe Buku.
- Mayasari, Silvina, and Chitra Angguntiara. 2018. "Strategi HumasPT Pelayaran Nasional

Indonesia (Persero) Dalam Membuat Tabloid Sebagai Media Informasi Publik Internal." 9(1).

Mayasari, Silvina, Mareta Purihastine, and Annisa Qibtiah. 2019. "Strategi Public Relations PT Kasoem Hearing Dalam Mempublikasikan Kasoem Exhibition 2018 Kepada Masyarakat Indonesia." *Jurnal Komunikasi* 10(1):56–63. doi: 10.31294/jkom.v10i1.5094.

Mizanie, Dina, and Irwansyah Irwansyah. 2019. "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI KEHUMASAN DIGITAL DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0." *Jurnal Komunikasi* 13(2):149–64. doi: 10.21107/komunikasi.v13i2.5099.

Nasution, Isna Asdiani. 2019. "PERANAN PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN INFORMASI HOTEL GARUDA PLAZA."

Nur'aini, Ratna Dewi. 2020. "PENERAPAN METODE STUDI KASUS YIN DALAM PENELITIAN ARSITEKTUR DAN PERILAKU." *INERSIA: LNformasi Dan Ekspose Hasil Riset Teknik Sipil Dan Arsitektur* 16(1):92–104. doi: 10.21831/inersia.v16i1.31319.

Onwuegbuzie, Anthony, and Kathleen Collins. 2015. "A Typology of Mixed Methods Sampling Designs in Social Science Research." *The Qualitative Report*. doi: 10.46743/2160-3715/2007.1638.

Pelor, Stephanus. 2018. "PERANAN LEMBAGA SWADAYA MASYARAKAT (LSM) TERHADAP PEMBANGUNAN POLITIK DAN DEMOKRASI DI INDONESIA." Universitas Mpu Tantular.

Putra, Mohammad Annur Tri, Rachmat Kriyantono, and Maulina Pia Wulandari. 2019. "KONSTRUKSI PIMPINAN TERHADAP PERAN DAN FUNGSI PUBLIC RELATIONS DI INDONESIA (UNIVERSITAS BRAWIJAYA DAN UNIVERSITAS HASANUDDIN)." 9(2).

Rahastine, Mareta Puri. 2021. "Analisa Peranan dan Fungsi Public Relation Baitulmaal Munzalan Indonesia Dalam Publikasi Gerakan Infaq Beras Jakarta." 12.

Ratu, Khinski Meita, and Amalia Djuwita. 2021. "ANALISIS PERAN HUMAS DALAM KEGIATAN CSR PERUSAHAAN."

Rosidin, Asep Bidin, and Abdul Hamid. 2020. "MEDIA ONLINE DAN KERJA DIGITAL PUBLIC RELATIONS POLITIK PEMERINTAH DKI JAKARTA." *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 19(2). doi: 10.32509/.v19i2.1046.

Rukin. 2019. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.

Sandroto, Christine W. 1999. "WAWANCARA SEBAGAI SALAH SATU ALAT SELEKSI."

Sari, Wina Puspita, and Asep Soegiarto. 2019. "FUNGSI DAN PERAN HUMAS DI LEMBAGA PENDIDIKAN." *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7(1):47–64. doi: 10.21009/COMMUNICOLOGY.14.03.

Setyanto, Agus, and Joko Sutarso. 2018. "Peran Dan Fungsi Public Relations Dalam

Mempertahankan Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Dan Fungsi Public Relations Hotel Brothers Solo Baru Dalam Mempertahankan Citra Positif Perusahaan)." Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.

Tjahjadi, Edward, Sinta Paramita, and Doddy Salman. 2021. "Pembelajaran Era Pandemi Covid-19 Di Indonesia (Studi Terhadap Aplikasi Discord)." *Koneksi* 5(1):83. doi: 10.24912/kn.v5i1.10165.