



Strategi Komunikasi Massa Dalam Pengelolaan Dan Pelayanan Informasi Di Humas Kementerian Agama Kabupaten Dairi

Winda Kustiawan^{1✉}, Katibah², Annisa Julianti Kudadiri³

FDK, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara,

Email: windakustiawan@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi massa dan faktor pendukung serta penghambat dalam pengelolaan dan pelayanan informasi di Humas Kementerian Agama Kabupaten Dairi. Dimana masalah dalam penelitian ini berawal dari peneliti tertarik untuk menganalisis strategi komunikasi massa yang diterapkan terhadap masyarakat baik berupa kebijakan, keterbukaan informasi publik serta pengelolaan opini publik oleh Humas Kementerian Agama Kabupaten Dairi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mengumpulkan data melalui observasi, dokumentasi dan wawancara. Informan penelitian ini yaitu Bapak Haji Mahdi Kudadiri, Lindung Kaloko, Lespriono Munthe, Saipul Bahri Capah, yang akan peneliti wawancarai dan amati., mengadakan berbagai kerjasama dengan berbagai pihak dengan tujuan untuk memudahkan masyarakat memperoleh informasi publik tentang Kementerian Agama Kabupaten Dairi dengan memberikan wadah komunikasi antara masyarakat dan humas dalam pengelolaan opini melalui online yaitu kolom komentar, dialog dan surat, menerbitkan dua berita dalam satu hari. Faktor pendukung terlaksananya penerapan strategi komunikasi humas dengan baik dikarenakan setiap anggota saling berkerjasama dalam melaksanakan penerbitan berita untuk eksistensi aktifnya humas kementerian agama. Hambatan yang dialami humas Kemenag Dairi berupa keadaan alam yang kurang mendukung pada saat sosialisasi, jaringan internet kedaerah-daerah yang masih belum cukup baik untuk menyampaikan informasi secara cepat dan tepat.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi Massa, Pengelolan dan Pelayanan Informasi.*

Abstract

This study aims to determine public relations communication strategies and supporting and inhibiting factors in the management and service of information at the Ministry of Religion, Dairi Regency. where the problem in this study originated from researchers interested in analyzing public relations communication strategies applied to the public in the form of policies, public information disclosure and management of public opinion by the Ministry of Religion of Dairi Regency. This study uses qualitative research methods by collecting data through observation, documentation and interviews. The informant of this research is the Head of Public Relations of the Ministry of Religion of Dairi Regency, Mr. Haji Mahdi Kudadiri, S. Pdi, MM. Lindung Kaloko, S. Ag Head of Dairi Ministry of Religion Guidance, Lespriono Munthe, S. Kom Head of Dairi Ministry of Religion Public Relations, Saipul Bahri Capah, S. Pd Dairi Ministry of Religion Public Relations Staff who will be interviewed and observed by researchers. Public relations communication strategy in the management and service of information, namely discussing the programs to be implemented, creating narratives, documentation, holding various collaborations with various parties with the aim of making it easier for the public to obtain public information about the Ministry of Religion of Dairi Regency by providing a forum for communication between the community and public relations in management opinion through online namely comments, dialogue and letter columns, publishing two news stories in one day, collaborating with institutions under the auspices of the Dairi Regency Ministry of Religion to update religious activities on the Dairi Ministry of Religion website. Factors supporting the implementation of the implementation of a good public relations communication strategy are because each member cooperates with each other in carrying out news publications for the active existence of public relations for the ministry of religion. Obstacles experienced by the Public Relations of the Ministry of Religion Dairi were in the form of unfavorable natural conditions at the time of socialization, internet networks in the regions which were still not good enough to convey information quickly and accurately.

Keyword: *Public Relations Communication Strategy, Management and Information Services*

PENDAHULUAN

Gaya hidup generasi milenial saat ini meliputi informasi dan komunikasi. Karena sifat informasi yang tersebar, hubungan masyarakat, manajemen informasi dan komunikasi, terpaksa melakukan perubahan strategis institusional dan individu secara cepat. Salah satu komponen kunci dalam memberikan pelayanan informasi dan komunikasi kepada publik di suatu lembaga adalah dengan hubungan masyarakat (Nugraha et al., 2022).

Paradigma baru mengenai *governance*, khususnya di bidang sistem pemerintahan Indonesia mengarah pada good governance, gunanya diperlukan untuk mendukung pertumbuhan sistem pemerintahan. Berkaitan dengan kebijakan pemerintah tersebut, diperlukan pembentukan pelayanan pemerintahan yang efektif untuk mulai menciptakan sifat keterbukaan, aksesibilitas, akuntabilitas, dan transparansi. Bidang Hubungan

Masyarakat (Humas) merupakan salah satu divisi atau badan di kantor pemerintahan yang bertugas mengembangkan bentuk-bentuk yang terbuka, transparan, dan sederhana.

Oleh karena itu perlu adanya strategi komunikasi dalam sebuah pengelolaan juga pelayanan yang di dalam pemerintahan khususnya di Kementrian Agama. Strategi adalah seni atau ilmu menggunakan sumberdaya–sumberdaya manusia untuk melaksanakan kebijakan tertentu (RI, 2002). Sedangkan komunikasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *communication* artinya sama, komunikasi merupakan pertukaran informasi dari komunikator kepada komunikan melalui suatu peroses yaitu sistem lambang-lambang, tanda-tanda, dan tingkah laku (Syamsudin, 2000). Dan komunikasi antar manusia manusia adalah proses yang dilalui individu dalam hubungan dengan kelompok, organisasi juga masyarakat ketika merespons dan membuat pesan untuk manusia yang lainnya (Sitinjak, 2013).

Strategi komunikasi adalah cara dan pendekatan komunikasi kepada khalayak sasaran (publik) dan mengenai isu kebijakan dan program tertentu atau spesifik secara efektif dan efisien. Secara umum strategi komunikasi mencakup perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan komunikasi. Sedangkan strategi komunikasi menurut Effendi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*Communication Planning*) dan manajemen (*Communications Management*) untuk mencapai suatu tujuan (Sudarman, 2018).

Undang-Undang yang mengatur Keterbukaan Informasi Publik ini merupakan bentuk transparansi dan tanggung jawab badan publik terhadap masyarakat. Keterbukaan informasi adalah salah satu pilar penting yang akan mendorong terciptanya iklim transparansi. Terlebih di era yang serba terbuka ini, keinginan masyarakat untuk memperoleh informasi semakin tinggi. Sejak Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP telah mendorong bangsa Indonesia satu langkah maju ke depan, menjadi bangsa yang transparan dan akuntabel dalam mengelola sumber daya publik . UU Keterbukaan Informasi Publik sebagai instrumen hukum yang mengikat merupakan tonggak atau dasar bagi seluruh rakyat Indonesia untuk bersama-sama mengawasi secara langsung pelayanan publik yang diselenggarakan oleh Badan Publik. Strategisnya keterbukaan informasi publik sebagai landasan hukum terkait dengan hak setiap orang untuk memperoleh informasi dimana KIP (Keterbukaan Informasi Publik) menjadi pintu penguatan demokrasi yang telah menjadi jaminan hukum, hak dan kewajiban setiap pemilik dan pengguna informasi publik.

Sebagaimana humas di Kementerian Kabupaten Dairi yang membuat berbagai akses untuk memudahkan masyarakat Kabupaten Dairi dalam mendapatkan informasi publik

seperti program pemerintah, kebijakannya serta kegiatan kemasyarakatan yang dikelola oleh humas kementerian Kabupaten Dairi yang dapat diakses melalui kanal youtube Kementerian Dairi dan websaid di <https://kemenagdairi.com>, kegiatan yang dilakukan dirangkum oleh humas dan dipublikasikan melalui media sosial yang ada sebagai bentuk kemajuan teknologi dan informasi yang dapat diakses oleh pengguna android dan diberikan fasilitas memberikan saran dan keritikan yang membangun serta keluhan masyarakat melalui kolom komentar baik melalui media facebook, Instagram, dan youtube hal ini merupakan bentuk transparansi pemerintah kementerian agama Kabupaten Dairi yang dikelola humas agar terciptanya komunikasi yang baik dalam pemenuhan kebutuhan informasi dan kemudahan komunikasi terkhusus bagi masyarakat kepada kementerian agama Kabupaten Dairi.

Kegiatan yang dilakukan tersebut sebagai upaya memberikan informasi- informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat baik secara langsung maupun melalui media sebagai perwujudan ketaatan hukum terhadap keterbukaan informasi publik untuk masyarakat Kabupaten Dairi. Informasi yang diberikan humas Kabupaten Dairi merupakan pelayanan yang diberikan untuk kebutuhan publik yang disediakan sebagai penyambung antara pemerintah dengan masyarakat seperti jadwal penyelenggaraan haji, simulasi SKB CPNS 2019 dan informasi rapat yang disiarkan secara online serta kritik maupun saran maupun kebutuhan informasi yang diperlukan oleh masyarakat Kabupaten Dairi dapat dilampirkan melalui komen di sosial media Kabupaten Dairi.

Media memang memiliki peran dan posisi yang sangat penting di dalam kehidupan juga dalam instansi dan lembaga-lembaga yang ada, seperti yang dikatakan oleh (Khatimah, 2018) dalam penelitiannya bahwa Peran media dalam masyarakat sangatlah penting. Setiap jenis media memiliki pemirsa setia. Orang dewasa sering menggunakan media yang mendominasi diskusi berita. Media berfungsi sebagai komunikator, katalis untuk perubahan, dan platform untuk keterlibatan dalam kehidupan sehari-hari. Media memainkan peran penting dalam kebangkitan media massa untuk menonjol di masyarakat. Selain manusia membutuhkan media manusia juga diartikan sebagai komunikator dan membutuhkan komunikasi dalam kehidupannya sebagaimana yang dikatakan oleh (Artis, 2017) dalam penelitiannya bahwa manusia membutuhkan komunikasi untuk mengembangkan hubungan dengan individu lain untuk mempengaruhi mereka, mengekspresikan diri mereka, dan belajar tentang dunia mereka. Komunikasi langsung atau komunikasi melalui media, baik verbal maupun nonverbal, merupakan dua pilihan dalam melakukan komunikasi.

Maka dalam sebuah pengelolaan dan pelayanan informasi secara jelas untuk mewujudkan pelayanan cepat, dan tepat tepat. Dari hasil penelitian sebelumnya yakni penelitian (Permatasari et al., 2021) mengungkapkan bahwa pengelolaan layanan informasi kemenag gresik dikelola melalui media cetak, online, dan offline. Sementara penelitian yang dilakukan oleh (Afrioza, 2019) mengatakan bahwa Kemenag Provinsi Riau menggunakan strategi pengelolaan wibesite sebagai media informasi dan juga layanan publiknya pada bagian informasi dan humas (INMAS). Dan penelitian (Azhar & Kriyantono, 2018) bahwa *wibesite* sangat penting dalam proses pelayanan sebuah instansi publik oleh karena itu suatu instansi wajib memiliki wibesite layanan online di era digital saat ini.

Berdasarkan beberapa permasalahan juga penelitian terdahulu maka penulis sangat tertarik menganalisis strategi Kemenag Kabupaten Dairi dalam pengelolaan dan pelayanan informasi kepada masyarakat dalam keterbukaan informasi dan upaya yang dilakukan sebagai pemenuhan kebutuhan, baik berupa visi, misi dan program pelaksanaan yang akan diterapkan dapat secara terbuka diperoleh oleh masyarakat luas dengan berbagai akses yang diharapkan mampu menjadi jembatan antara masyarakat dan kementerian agama kabupaten Dairi dalam memperoleh informasi tersebut melalui humas kementerian agama Kabupaten Dairi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini penelitian lapangan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan suatu strategi inquiry yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena fokus dan multimetode, bersifat alami dan holistik mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara serta disajikan secara naratif (Muri Yusuf, 2019).

Tujuan penelitian ini akan mengarah pada fakta yang terjadi di lapangan dengan pendekatan metode kualitatif mengamati dan mendefinisikan strategi komunikasi humas serta faktor pendukung dan penghambat dalam pengelolaan dan pelayanan informasi di Kementerian Agama Kabupaten Dairi.

Dalam penelitian ini data diperoleh menggunakan dua sumber data, yaitu: 1) Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari informan atau dari hasil wawancara dengan narasumber 2) Data Sekunder yaitu data pendukung atau pelengkap informasi yang diperoleh dari buku-buku, dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan Teknik observasi, wawancara, serta dokumentasi. Data kemudian dianalisis dengan reduksi data, display, kesimpulan dan verifikasi (Moleng, 2004).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Komunikasi Massa dalam Pengelolaan dan Pelayanan Informasi di Humas Kementerian Agama Kabupaten Dairi

Prasyarat untuk menghubungkan organisasi dengan pemangku kepentingannya adalah hubungan masyarakat (*stakeholder*). Perlu diketahui bahwa jembatan yang dibangun PR bukanlah jembatan keledai melainkan jembatan kuat yang didukung oleh kredibilitas, kepercayaan, dan kejujuran. Karena ada kepercayaan, PR pun ada. Dengan kata lain, atas dasar saling menghormati dan *win-win solution*, orang percaya pada organisasi dan organisasi percaya pada orang. Dengan persepsi publik yang positif dan pandangan masyarakat umum yang memotret aktivitas organisasi untuk media, PR meningkatkan reputasi dan citra organisasi (Sinatra & Darmastuti, 2019). Melalui citra dan reputasi organisasi, dapat terus berdiri kokoh dalam menghadapi persaingan yang ketat, merebut pangsa pasar dan pelanggan setia (Purba, 2020). Begitu juga yang saat ini sedang dilakukan usaha oleh berbagai instansi yang ada di Indonesia salah satunya adalah Kementrian Agama.

Saat ini banyak organisasi yang membutuhkan kemampuan humas. Seorang PR profesional harus memiliki berbagai keterampilan. Dia perlu menjadi komunikator, penasihat, dan perencana yang efektif sekaligus. Dia harus akrab dengan cara kerja organisasi dan mampu mewakilinya dalam berbagai situasi. Oleh karena itu, dalam sebuah organisasi, humas memegang peranan penting dalam memajukan organisasi (Wijaya, 2014). Peran humas adalah mengedukasi masyarakat agar terjalin komunikasi yang baik antara lingkungan dengan lembaga dan instansi atau manajemen. Selain itu, Humas sangat erat kaitannya dengan rencana pemasaran yang dapat membantu dalam promosi suatu produk (Liliweri Alo, 2020).

Maka dapat dikatakan bahwa setiap lembaga harus memiliki humas dalam upaya pengelolaan dan pelayanan yang dilakukan. Dengan demikian pencapaian pengelolaan dan pelayanan ini tidak terlepas dari adanya strategi di dalamnya. Strategi adalah upaya dan cara serta aturan sederhana yang dilakukan guna pencapaian tujuan (Narsa, 2014). Kementrian agama sebagai salah satu instansi pemerintahan yang juga tugasnya memberikan layanan dan pelayanan kepada masyarakat mengenai berbagai permasalahan yang ada seharusnya memiliki strategi. Karena ketika mengevaluasi seberapa baik kinerja perusahaan dalam hal sumber daya manusia dan produknya, keluhan pelanggan dipandang sebagai sumber informasi yang berharga. Sebenarnya, keluhan pelanggan memberikan peluang bagi bisnis

untuk terus memperbaiki masalah saat ini. Ini menunjukkan bahwa bisnis sangat penting untuk pengembangan ide, inovasi, rencana pemasaran, dan layanan pelanggan (Maarif et al., 2020).

Maka ketika berbicara mengenai Strategi Komunikasi Massa dalam Pengelolaan dan Pelayanan Informasi di Humas Kementerian Agama Kabupaten Dairi berarti berbicara mengenai strategi komunikasi massa dalam pengelolaan dan pelayanan di Humas Kementerian Agama Kabupaten Dairi sebagai bentuk perantara informasi dari Instansi Kementerian Agama dengan masyarakat untuk memberikan informasi publik sebagai bentuk keterbukaan informasi yang wajib untuk diketahui masyarakat dimana hal ini kedepannya akan menimbulkan keuntungan berbagai pihak terkait citra instansi dan pemenuhan kebutuhan informasi yang dibutuhkan masyarakat.

Informasi yang disampaikan dengan komunikasi massa ini akan dengan cepat menyebar pada masyarakat umum karena media komunikasi ini sangat mudah ditemukan serta digunakan. Jadi masyarakat awam bisa dengan cepat untuk menerima informasi yang dipergunakan oleh media komunikasi massa ini. Selain itu, karakteristik yang lainnya adalah media komunikasi massa bersifat serempak. Komunikasi massa atau media massa mempunyai peran yang penting pada perkembangan kehidupan masyarakat. Maka suatu pelayanan dikatakan baik apabila komunikasinya juga baik (Utomo, 2021). Selain itu pelayanan ini juga akan berjalan dengan baik apabila memiliki SDM yang baik di dalam bidang kehumasan dan juga media serta membantu dalam perwujudan akan visi misi yang ada (Gustiani et al., 2023).

Media yang digunakan oleh Humas Kementerian Agama Kabupaten Dairi untuk menyampaikan informasi menggunakan medial sosial. Media sosial ini digunakan untuk dokumentasi Humas yang diabadikan di instagram Kementerian Agama Kabupaten Dairi berupa keterbukaan informasi haji dan prestasi yang diraih Kementerian Agama Kabupaten Dairi.

Hasil obeservasi di lapangan penulis melalui wawancara dengan informan penelitian Bapak H. Mahdi Kudadiri, SPdI, MM, sebagai kepala kantor kementerian agama Dairi, mengatakan bahwa :

"Humas kita berfokus dibuat secara tupoksi, yang mana pada awalnya kita melalui seksi masing-masing jadi orang itu atau setiap kepala bidang atau seksi menyampaikan ke jajarannya, contoh kalau permasalahan mengenai Islam maka

langsung di tangani oleh bimas Islam dan jajarannya KUA (kantor urusan agama), Penyuluh agama Islam, jadi walaupun tidak ada seperti selama ini tidak ada seperti media-media, konpresipers belum ada, 55 jadi untuk penyampaian humasnya di surati terkait kritik maupun saran yang diberikan dari berbagai pihak dan kami menyediakan kotak surat sebagai wadah aspirasi masyarakat untuk bertanya dan memberikan saran, namun jika humas tidak memiliki kegiatan diluar kantor kemenag maka bisa langsung berdiskusi dengan kepala bagian humas yang ada di kemenag ini dan ada pula pengajian-pengajian dari KUA atau dari penyuluh agama Islam, atau penyuluh agama honorer itu contohnya, kalau Kristen bagaimana, kalau urusan Kristen, dekat penyuluhnya langsung ke gereja atau rapat-rapat dengan para pendeta, bagaimana katolik itu melalui bimas agama katolik baru dibawahnya penyuluh agama katolik fungsional, katolik honorer dan untuk tahapan yang mereka laksanakan sebagai penampung aspirasi masyarakat dan mengelola opini publik sehingga tidak terjadi permasalahan antara masyarakat dan kementerian agama di kabupaten Dairi ini semua informasi secara terbuka disampaikan kami aktif berbagi diberbagai media tentang kegiatan-kegiatan di kementerian agama kabupaten Dairi, namun baru-baru saja mengikuti dengan perkembangan zaman dewasa ini”.

Selanjutnya Bapak Lindung kaloko, S. Ag, sebagai kepala bimbingan masyarakat kementerian agama Dairi, mengatakan bahwa:

“Untuk media biasanya, berartikan kemenag menyediakan atau memanfaatkan medianya kita publikasi kegiatan-kegiatan kita, pertama website portal kemenagsu.co.id, untuk provinsi, tapi untuk kabupaten website nya www.kemenagdairi.com, jadi untuk untuk informasi-informasi yang serta merta yang secara umum bisa di akses disini, tapi untuk mengasi informasi secara spesifik boleh datang ke kantor. Kalo humas kita biasa memang ada diberitahu, jadi yang kehumasan itu adalah konteks nya kantor kementrian agama kabupaten dairi itu kehumasan itu digunakan untuk memberitakan apa program-program dari pada atau kegiatan kegiatan kepala kantor dan seisi-seisinya, itu dia kontek daripada humas yang kita laksanakan pada saat ini, jadi biasanya kalau ada kegiatan kepala kantor kita, jadi kita tugaskan humas kita untuk meliputnya atau mendampingi kesana, maka dia yang akan mengambil dokumentasi kemudian dia yang akan membuat narasi berita nya sesuai apa yang di sampaikan oleh kepala kantor, jadi kegiatan itu bisa saja berbentuk rapat di kantor, bisa saja di aula dengan rapat dikordinasikan, bisa saja dengan rapat antara kepengurusan daerah bisa saja rapat di kantor bupati, bisa juga mengikuti pelaksanaan upacara atau kegiatan kegiatan di luar kantor, atau kegiatan kegiatan

kegamaan di kabupaten dairi, baik di kabupaten di kecamatan”.

Selanjutnya Bapak Lespriono Munthe, S. Kom Kepala Humas Kemenag Dairi yang merupakan perencana strategi hubungan masyarakat kepada pemerintah Kemenag Kabupaten Dairi, menjelaskan bahwa:

“Kalau menurut kepala plt kita ya minimal itu satu dua berita perhari gitu kegiatan humasnya. Jadi gini, bisa saja kegiatan humas itu bukan humas yang meliput contohnya ada kegiatan di madrasah ibtidaiyah swasta mereka melakukan kegiatan maka narasi berita foto dan sebagainya di sampaikan kepada humas kita untuk di muatkan di portal kemenag sumatera utara kemudian juga di muatkan di website kemenag dairi, jadi dia gak harus, gak selamanya humas kita itu turun kelapangan, bisa saja dia menerima informasi dari pada pegawai atau jajaran dari kantor kementrian agama dibawahnya gitu seperti instansi instansi di bawah kementrian agama kabupaten dairi. Kalau ada berita buruk atau isu tentang kementerian agama kabupaten Dairi, tanggapan kita memperbaiki seterusnya. Pertama itu kita cari tahu keakuratan beritanya, jadi kalau berita kita itu bisa di tayangkan paling lama itu satu hari setelah pelaksanaan di lapangan, itu batas waktu penyampaian berita ke kanwil, kemudian yang kedua kita memperbanyak jumlah-jumlah pemberitaan tentang kantor kita yang belum dikonter, kemudian yang ketiga kita melalui kepala kantor kabupaten dairi mengarahkan setiap jajaran di kantor kementrian agama kabupaten dairi itu aktif dalam mengirim berita ke pegawai yang telah di tunjuk.”

Senada dengan itu Saipul Bahri Capah, S. Pd Staf Humas Kemenag Dairi, mengatakan bahwasannya:

“Kalau untuk kegiatannya untuk strategi komunikasi humas sebenarnya kami sering melakukan rapat internal jika akan melaksanakan program kerja kami perhari yaitu dengan melakukan penerbitan berita dengan bekerjasama dengan berbagai kegiatan yang dilaksanan kementerian agama kabupaten Dairi dan melakukan publikasi dan terbuka perihal program pelaksanaan dan informasi yang diperlukan oleh masyarakat kami memberikan banyak akses bisa berupa surat, cuitan dikolom komentar media sosial instagram, youtub, dan perih pribadi bisa 59 langsung mengunjungi kantor kementerian agama. Jadi kegiatan dari perencanaan kegiatan, kerjasama kegiatan, dan pemberian wadah untuk mengakses keterbukaan informasi yang kami berikan kepada seluruh masyarakat kementerian agama kabupaten Dairi”.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari wawancara dan observasi yang peneliti lakukan di lapangan maka dapat diketahui bahwa kategori strategi yang

dilakukan Humas Kementerian Agama Kabupaten Dairi sebagai berikut:

1. Perumusan Strategi
 - a. Tahap Input (Masukan)
 - b. Tahap Pencocokan
 - c. Tahapan Keputusan
2. Implementasi Strategi
3. Evaluasi Strategi

B. Faktor Pendukung dan Penghambat Kementerian Agama Kabupaten Dairi dalam Menerapkan Strategi Komunikasi Humas

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Bapak H. Mahdi Kudadiri, S. Pdi, MM. Kepala Kantor Kemenag Dairi yang secara langsung sebagai penyampai informasi kepada khalayak dan penanggung jawab di Kemenag Dairi serta mengetahui kinerja Humas Kementerian Agama Kabupaten Dairi. Peneliti bertanya tentang faktor penghambat dan pendukung kementerian agama kabupaten Dairi dalam menerapkan strategi komunikasi humas beliau mengatakan:

“Kalau itu selama ini belum ada, kalau pemberitaan selama ini belum ada tentang citra negatif dari kantor kementrian agama kabupaten Dairi, tapi biasanya kita selalu bersialturrahi dengan kawan-kawan pers, kepala kantor juga memiliki komunikasi yang baik kepada media atau temanteman pers jadi kalau tentang penghambat pelaksanaan humas sejauh ini berjalan lancar dan yang menjadi landasan kelancaran humas dalam membina hubungan antara masyarakat kabupaten Dairi dengan pemerintahan sejauh ini tidak ada masalah karena kami saling bekerjasama serta bertanggung jawab sesuai bidang kami masing-masing sehingga tidak ada kendala dalam sistem pelayanan informasi”.

Dengan demikian penulis dapat menyimpulkan bahwa penerapan strategi humas dalam pengelolaan dan pelayanan informasi sudah cukup maksimal dan tidak terdapat kendala dalam penerapan strategi humas dalam pelayanan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat bisa melalui berbagai akses baik online, surat dan dialog secara langsung.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan maka diperoleh kesimpulan bahwasannya Pengelolaan dan Pelayanan Informasi di Humas Kementerian Agama Kabupaten Dairi berperan aktif dalam setiap aspek kegiatan di Kementerian Agama Kabupaten Dairi baik dalam pengelolaan informasi Instansi Kemenag Dairi 70 dan juga kegiatan-kegiatannya serta berkerjasama dengan berbagai lembaga yang ada dibawah naungan Kementerian Agama Kabupaten Dairi untuk membuat Kementerian Agama Kabupaten Dairi terus berperan aktif dalam berbagai kegiatan keagamaan. Penerapan strategi humas dalam pelayanan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat bisa melalui berbagai akses baik online, surat dan dialog secara langsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrioza, Y. (2019). *STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM PENGELOLAAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN LAYANAN PUBLIK DI KEMENTERIAN AGAMA PROVINSI RIAU*. 6, 1–15.
- Artis. (2017). Strategi Komunikasi Public Relations. *Sosial Budaya*, 8(02), 184–197. <https://books.google.co.id/books?id=krbWDgAAQBAJ&lpg=PR6&dq=komunikasi&lr&pg=PR1#v=onepage&q=komunikasi&f=true>
- Azhary, S., & Kriyantono, R. (2018). *Pemahaman Petugas Humas Badan Publik terhadap Transparansi dan Akuntabilitas Informasi dalam Penerapan Humas Online Understanding of Public Relation Officer towards Transparency and Accountability of Information in Online Public Relation Implementation in*. 3(2), 213–220.
- Gustiani, S., Inggris, J. B., & Sriwijaya, P. N. (2023). *PELATIHAN PUBLIC RELATION OFFICER BAGI STAF*. 6, 129–136.
- Khatimah, H. (2018). *Posisi dan peran media dalam kehidupan masyarakat*. 16(1).
- Liliweri Alo. (2020). *Strategi Komunikasi Massa*.
- Maarif, A., Solahudin, D., & Habibi, R. (2020). Peran Public Relations Officer dalam Menangani Keluhan Pelanggan. *Reputation: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3, 23–32. <https://doi.org/10.15575/reputation.v3i1.2450>
- Moleng, L. J. (2004). *Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Muri Yusuf. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Narsa, I. M. (2014). What Is Strategy? *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 6(1), 25–38. <https://doi.org/10.21831/jpai.v6i1.1788>
- Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., & Novianti, E. (2022). Analisis strategi humas pemerintahan

- era milenial dalam menghadapi tata kelola informasi publik. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(2), 286. <https://doi.org/10.24198/prh.v6i2.37095>
- Permatasari, D. A., Almatin, I. N., & Sholihah, W. (2021). Peran Hubungan Masyarakat (Humas) dalam Pengelolaan Layanan Informasi E-Government di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Gresik. *Jurnal Administrasi Pendidikan Islam*, 3(1), 69–82. <https://doi.org/10.15642/japi.2021.3.1.69-82>
- Purba, B. (2020). Pengaruh Public Relations Terhadap Peningkatan Pengguna Jasa Di Bandara Internasional Kualanamu Kab. Deli Serdang. *Network Media*, 1(1). <https://doi.org/10.46576/jnm.v1i1.604>
- RI, D. P. dan K. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Logos.
- Sinatra, L., & Darmastuti, R. (2019). Kajian Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Swasta Di Jawa Tengah. *Scriptura*, 2(2), 95–105. <https://doi.org/10.9744/scriptura.2.2.95-105>
- Sitinjak, A. R. (2013). POLA KOMUNIKASI PUBLIC RELATION OFFICER DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PT. LION AIR INDONESIA CABANG MANADO. *Acta Diurna*, Vol.1.No.1(Pola Komunikasi Public Relation Officer Dalam Mempertahankan Citra PT Lion Air Indonesia Cabang Manado), 1–18. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/962>
- Sudarman, A. (2018). Strategi Komunikasi untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Membayar Zakat Maal. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 39–60.
- Syamsudin, D. (2000). *Etika Agama Dalam Membangun Masyarakat Madani*. Logos.
- Utomo, P. (2021). Strategi Public Relation Dalam Pelayanan Informasi. *Jurnal Komunikologi*, 2(1), 32–40.
- Wijaya, S. I. (2014). PUBLIC RELATIONS SEBAGAI PROFESI Hj. Ida Suryani Wijaya *. *Jurnal Komunikasi Dan Sosial Keagamaan Tujuan*, XVI(2), 176–209.