

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia memiliki banyak organisasi yang bergerak dalam bidang non profit. Salah satu organisasi non-profit di Indonesia yang bergerak dalam bidang kemanusiaan adalah Palang Merah Indonesia atau lebih dikenal dengan singkatan PMI. PMI atau Palang Merah Indonesia adalah suatu organisasi nonprofit yang bergerak di bidang jasa sosial kemanusiaan yang tergabung dalam Federasi Internasional Perhimpunan Palang Merah dan Bulan Merah. PMI telah berdiri di 33 Provinsi, 371 Kabupaten/Kota dan 2.654 Kecamatan diseluruh Indonesia (<http://www.pmi.or.id>, 2018).

Terdapat berbagai aktivitas pelayanan yang di lakukan oleh Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah, adapun aktivitas tersebut meliputi Manajemen Bencana (Kesiapsiagaan Bencana, Tanggap Darurat Bencana, dan Pemulihan Bencana), Kesehatan (Pertolongan Pertama Berbasis Masyarakat, Pertolongan Pertama dan ambulans, Air dan Sanitasi, Program Dukungan Psikososial, HIV & AIDS, dan Operasi Katarak), dan Donor Darah (Pelayanan Donor Darah). Berbagai aktivitas pelayanan tersebut semuanya di tujukan untuk kesejahteraan masyarakat dalam bidang kesehatan, di harapkan masyarakat di Jawa Tengah menerima fasilitas kesehatan yang layak. Palang Merah Provinsi Jawa Tengah dalam melakukan berbagai aktivitas pelayanan tentunya membutuhkan anggaran untuk digunakan sebagai media agar Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah dapat mewujudkan atau merealisasikan semua pelayanan. Anggaran tersebut bisa didapat dari mitra-mitra yang bekerja sama dengan Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah. Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah melaksanakan kerja sama dengan beberapa perusahaan mitra yang bertujuan untuk menjalin sebuah hubungan baik yang di harapkan dapat meningkatkan pelayanan kepada masyarakat. Perusahaan Mitra yang bekerja sama dengan Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah di antaranya adalah Pemerintah Provinsi Semarang, Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD), Dinas Kesehatan, Dinas Sosial, Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (DINPORAPAR), Lembaga Swadaya

Masyarakat (LSM) , Rumah Sakit, Perguruan Tinggi, Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Keatas (SMA), Sekolah Menengah Kejuruan(SMK), Perbankan dan perusahaan – perusahaan swasta di Semarang.

Beberapa Laporan Hasil Kerjasama antara Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah dengan mitranya di antaranya :

1. Laporan Hasil Mou (*memorandum of understanding*) atau yang lebih dikenal sebagai nota kesepahaman Pemerintah Provinsi Semarang dengan Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah.
2. Laporan Hasil Rekapitulasi Jumlah Permintaan Darah UTD Palang Merah Indonesia Kab/Kota se Jawa Tengah bekerja sama dengan Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah.
3. Laporan Hasil kerjasama Pelatihan Pelatih Palang Merah Indonesia bagi Pelatih Palang Merah Indonesia Kab/Kota se Jawa Tengah PMI Provinsi Jawa Tengah dengan Perguruan Tinggi, SMP dan sederajat yang berkontribusi sebagai relawan ataupun peserta dalam kegiatan -kegiatan yang diadakan Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah.

Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah memiliki banyak Lembaga mitra sebagai pendukung operasional kegiatan Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah. Untuk mendukung Aktivitas Pelayanan kepada masyarakat,. Lembaga mitra adalah Lembaga yang bekerja sama dengan Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah dengan bersifat saling menguntungkan. Sedangkan Bentuk dan kerjasama antara Mitra dengan Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah itu sendiri di antaranya :

1. *Internasional Commite of the Red Cross* (ICRC) berperan sebagai induk organisasi Palang Merah Dunia bekerja sama dengan Palang Merah Indonesia sebagai anggota untuk memberikan bantuan kemanusiaan kepada negara konflik.

2. *International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies (IFRC)* merupakan badan keanggotaan dari perhimpunan Palang Merah dan Bulan Sabit Merah Nasional dari setiap Negara termasuk Palang Merah Indonesia yang didirikan untuk mengkoordinasikan aksi bantuan Internasional, dan mempromosikan aktivitas kemanusiaan Internasional.
3. *Partner National Societies (PNS)* adalah mitra utama dari Perhimpunan Nasional Tuan Rumah dan Sekretariat IFRC di tingkat regional yang tugasnya yaitu menyediakan dana dan bantuan teknis seperti makanan, nutrisi, dan mata pencaharian, dimana ada beberapa Negara yang ikut berkontribusi didalamnya, seperti Palang Merah Austria, Palang Merah Belgia, Palang Merah Finlandia, Palang Merah Prancis, Palang Merah Jerman, Iran Bulan Sabit Merah, Palang Merah Swiss, palang Merah Belanda , Palang Merah Spanyol dan masih banyak lagi.
4. Pemerintah Provinsi, Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD), Dinas Kesehatan, Dinas Sosial, Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (DINPORAPAR), Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) adalah mitra- mitra Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah yang tugasnya adalah untuk memberikan bantuan berupa dana kepada Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah, melalui dana yang diambil dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) yang dikelola oleh Pemerintah itu sendiri.
5. Perbankan mendapatkan benefit berupa (nama perbankan terkenal) dari kegiatan-kegiatan yg dilakukan oleh Palang Merah Provinsi Jawa Tengah , juga sebaliknya Palang Merah Provinsi Jawa Tengah mendapatkan benefit berupa dana sosial untuk ambulan yang diberikan Bank untuk Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah sebagai operasional kegiatan.
6. Rumah sakit bekerjasama dengan Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah untuk menganalisa hasil darah pendonor untuk dapat distribusikan kepada pasien yang membutuhkan.
7. Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah juga bekerja sama dengan Perguruan Tinggi, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Keatas, dan Sekolah Menengah

Kejuruan. Korps Sukarela (KSR) adalah kesatuan unit PMI yang menjadi wadah bagi anggota biasa dan perseorangan yang atas kesadaran sendiri menyatakan menjadi anggota KSR.

8. Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan swasta dengan melakukan upaya *sponsorship* seperti *Djarum Fondation* dan lain sebagainya, yang harapannya nanti agar mendapatkan dana sebagai operasional kegiatan Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah.

Berikut adalah beberapa berita yang memuat tentang Kerjasama Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah dengan mitra- mitranya yaitu:

1. “PMI Jateng Terima Bantuan dari 9 Bank Syariah untuk Bencana Alam”  
(*Republika.co.id*)

PMI Jateng bekerja sama dengan 9 Bank Syariah (Mandiri Syariah, Bank Mega Syariah, Permata Bank Syariah, BNI Syariah, Bank Muamalat, Cimb Niaga Syariah, Panin Bank Syariah, dan BTN Syariah) yang tergabung dalam forum kerja sama BPS BPIH sebesar 75 juta. Yang nantinya, dana ini akan disumbangkan bagi daerah yang terkena bencana alam. Nantinya, PMI akan mendistribusikan 40.050 liter air bersih per hari kepada 2.670 jiwa di Kota Surakarta. Selain itu PMI juga akan membagikan 1.000 Cleaning Kit untuk 7 Kabupaten Kota di Jateng (Purworejo, Banjarnegara, Kebumen, Banyumas, Kendal, Surakarta dan Sukoharjo) dan juga PMI akan memberikan pelayanan kesehatan untuk daerah yang terkena dampak dari bencana alam.

2. “ Kerjasama PMI Swiss dan PMI Wonogiri, Digadang-gadang Bisa Ditindaklanjuti Pembentukan Tim SIBAT Tiap Desa” (*Joglosemarnews.com*)

Wakil Bupati Edy Santosa menyebutkan kerjasama antara International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies (IFRC) Swiss dengan PMI Wonogiri sudah berjalan tiga tahun.

Diharapkan kerjasama tersebut bisa ditindaklanjuti dengan pembentukan Tim Siaga Bencana berbasis Masyarakat (SIBAT) di tiap desa. IFRC Swiss bekerja sama dengan PMI akan melaksanakan program Masyarakat Tangguh Banjir (MTB). Mereka membekali masyarakat dengan berbagai keterampilan dasar dalam pertolongan pertama di antaranya :

- a. *Water Rescue*
  - b. Pelatihan – pelatihan bagi SIBAT
3. “ Palang Merah Indonesia dan Hansaplast umumkan kerjasama dalam bidang pertolongan pertama “.

(<http://www.pmi.or.id>)

PT Beirsdorf Indonesia bekerja sama dengan PMI dalam bidang pertolongan pertama. Nantinya tugas PMI akan mensosialisasikan atau mengedukasi kepada masyarakat terhadap pentingnya pertolongan pertama.

Bentuk – bentuk kegiatannya meliputi :

- a. Kampanye Pertolongan Pertama
  - b. Operasi Tanggap Darurat Bencana
  - c. Donor Darah
  - d. Penggalangan Donasi dan berbagai kegiatan sosial kemanusiaan lainnya.
4. “ Kerjasama PMI dan BPOM “

([www.antaranews.com](http://www.antaranews.com))

PMI bekerja sama dengan BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan darah oleh UTD (Unit Transfusi Darah) PMI sesuai dengan *standar* cara pembuatan obat yang baik (CPOB).

Publik, dalam terjemahan bebas adalah Kesatuan masyarakat yang memiliki perhatian (concerning the people as a whole). Publik dari satu organisasi akan berbeda dengan organisasi lain, tetapi intinya, publik dibagi dua : publik internal dan publik eksternal. Internal yaitu direktur, karyawan, komisaris, pemilik, dsb. Eksternal: Pelanggan, para abdi negara, biro iklan, media masa, dsb. Ada kata *stakeholders* (pemangku kepentingan) yang sering dipergunakan dalam buku public relations. *Stakeholders* (pemangku kepentingan), adalah seseorang yang memiliki minat atau perhatian (kepentingan) pada sesuatu, khususnya di bidang bisnis (a person with an interest or concern in something, especially a business) atau ada yang mengatakan gabungan antara publik internal dan publik eksternal (Simandjuntak, dkk, 2003 7-8). Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah sebagai sebuah contoh dalam organisasi dari judul tugas akhir yang saya ambil berkaitan dengan *stakeholders* (pemangku kepentingan) maka publiknya adalah Pemerintah Provinsi, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), Rumah sakit, Perbankan, Dinas Kesehatan, Dinas Sosial, Badan Penganggulangan Bencana Daerah (BPBD), Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (DIPORAPAR), Perguruan Tinggi, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Keatas dan Sekolah Menengah Kejuruan.

Konsep diatas menggambarkan betapa pentingnya membina hubungan baik dengan pemangku kepentingan agar Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah bisa menjalin hubungan secara *continue*. Dari beberapa para pemangku kepentingan yang sudah bekerja sama dengan Humas Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah. Peneliti akan memfokuskan kepada salah satu para pemangku kepentingan yaitu Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (DINPORAPAR) karena menjadi *leading sector* (penggerak) untuk yang lainnya. Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (DINPORAPAR) mempunyai intensitas paling tinggi dalam melakukan kerjasama dengan Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah.

Pemangku kepentingan mempunyai peranan penting bagi Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah sebagai mitra dalam berbagai kegiatan serta mendukung kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah. Jelas, tugas *Public Relations* yang pasti adalah bagaimana merencanakan, mewujudkan, dan memelihara relasi yang baik secara terus-menerus dengan semua pihak yang telah disebutkan di atas itu secara efektif dan berhasil mendapatkan keuntungan atas bentuk-bentuk relasi itu (Simandjuntak, dkk, 2003 7-8). Humas yang menangani hal-hal yang berhubungan dengan pemangku kepentingan dengan cara melakukan hubungan baik atau merangkul para pemangku kepentingan agar tujuan-tujuan yang diharapkan oleh Humas tercapai.

Contoh kerja sama Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah dengan Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (DINPORAPAR) yaitu segala biaya yang dikeluarkan untuk kepentingan pelaksanaan pelatihan dibebankan kepada anggaran Hibah Pemprov Jateng (DINPORAPAR). Maksud dari contoh tersebut adalah Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah bermitra dengan Pemprov Jateng (DINPORAPAR) sebagai penunjang sarana dan prasarana untuk kegiatan yang dilakukan Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah.

Sesuai dengan tujuan utamanya, *public relations* akan dituntut untuk mengembangkan atau membangun hubungan yang baik, tidak hanya dengan pihak pers, tetapi juga dengan berbagai pihak luar atau kalangan yang terkait (*eksternal relations*). Dengan pengertian bahwa PR adalah fungsi manajemen, ini berarti PR adalah fungsi melekat dan tidak lepas dari manajemen suatu organisasi. Tujuannya adalah membentuk *good will*, toleransi (*tolerance*), saling kerja sama (*mutual symbiosis*), saling mempercayai (*mutual confidence*), saling pengertian (*mutual understanding*), dan saling menghargai (*mutual appreciation*), serta untuk memperoleh opini publik yang *favorable*, serta *image* yang tepat berdasarkan prinsip-prinsip hubungan yang harmonis, baik hubungan ke dalam (*internal relations*) maupun hubungan ke luar (*eksternal relations*) (Ruslan,1994:31).

Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah pun berusaha untuk merangkul pemangku kepentingan (*stakeholder relations*) melalui hubungan baik agar harapannya kedepan nanti dapat berjalan secara continue, jika sudah melakukan hubungan baik dengan para pemangku kepentingan setidaknya mereka akan merasa nyaman dan tidak akan memutuskan sepihak berkaitan dengan kerja sama yang sudah dijalin dengan Palang Merah

Indonesia Provinsi Jawa Tengah bertahun-tahun, adapun pemangku kepentingan yang baru, Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah akan merangkul sebagai bagian dari keluarga di dalam suatu organisasi itu sendiri. Supaya, nantinya para pemangku kepentingan ini lebih nyaman dan sudah menganggap bahwa organisasi yang sudah bermitra dengannya (Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah) juga bagian dari sebuah keluarga.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Menurut Canfield yang dikutip oleh (Ruslan, 1994:34), Fungsi PR dalam manajemen dalam penerapannya, guna menunjang kegiatan dan aktivitas perusahaan dalam mencapai tujuan untuk membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai publik , baik hubungan ke dalam (*internal relations*) maupun ke luar (*external relations*) untuk meningkatkan kerja sama.

Setiap Organisasi selalu berusaha untuk merangkul dan menjaga hubungan baik dengan mitra-mitranya, apalagi yang memiliki manfaat besar akan keberadaannya. Menjaga hubungan baik antara Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah dan mitra-mitranya tidaklah mudah , hal ini dikarenakan mereka sendiri yang sangat banyak. Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah dan mitra-mitranya harus menjalin komunikasi secara Intensif agar perusahaan mitra selalu memberikan dukungan secara *continue*. Dari latar belakang masalah di atas, peneliti merumuskan masalah dalam penelitian, yakni sebagai berikut : “ Bagaimana kegiatan kehumasan Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah untuk mengembangkan hubungan baik dengan Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata sebagai salah satu Pemangku Kepentingan di Provinsi Jawa Tengah “.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dari Penelitian ini adalah mendeskripsikan Kegiatan Kehumasan Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah untuk menjalin hubungan baik dengan Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata sebagai salah satu Pemangku Kepentingan di Provinsi Jawa Tengah.

## **1.4 Kerangka Teori**

### **1.4.1 Public Relations**



Menurut Dr. Rex Harlow dari San Francisco, Amerika Serikat, yang diakui oleh IPRA sebagai pegangan pelaksanaan tugas para praktisi humas definisi hubungan masyarakat dapat dirumuskan secara lebih sederhana dengan menitikberatkan pada kegiatannya sebagai berikut:

Hubungan masyarakat adalah komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama dengan pemenuhan kepentingan bersama. Yang dikutip oleh (Effendy, 2006:23).

Humas dalam melakukan tugasnya, hal pertama yang harus dilakukan adalah penetapan tujuan. Frida Kusumastuti (2002) menyebutkan tujuan humas, yaitu sebagai berikut :

- 1) Terpeliharannya saling pengertian
- 2) Menjaga dan membentuk saling percaya
- 3) Memelihara dan menciptakan kerja sama

Dengan demikian, tujuan humas pada intinya adalah mewujudkan dan memelihara hubungan saling percaya dengan publik dalam rangka menjalin kerja sama yang baik (Mukarom dan Laksana 2015:55).

Point penting yang dapat diambil dari pengertian diatas adalah begitu pentingnya peran PR sebagai pen jembatan antara organisasi dengan publiknya, sehingga organisasi menjadi lebih terstruktur dengan adanya PR.

Berkaitan dengan hubungan antara PR dengan Para Pemangku Kepentingan, Menurut Prof. Drs. Effendy dalam Ruslan (2005 : 9) fungsi Public Relation Officer (PRO) ketika menjalankan tugas-tugas dan operasionalnya, baik sebagai komunikator dan mediator, maupun organisator adalah :

- 1) Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi

- 2) Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik internal dan eksternal.
- 3) Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini publik kepada organisasinya
- 4) Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.
- 5) Operasionalisasi dan organisasi Public Relation dalam bagaimana membina hubungan harmonis antar organisasi dengan publiknya untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis yang ditimbulkan dari pihak organisasi maupun dari pihak publiknya.

Dari uraian tersebut, dapat ditarik kesimpulan mengenai peran utama *Public Relations* yang pada intinya adalah sebagai berikut :

- a) Sebagai communicator atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya.
- b) Membina Relationship, yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya.
- c) Peranan back up management, yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan.
- d) Membentuk corporate image, artinya peranan Public Relation berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya.

Konsep humas yaitu membina hubungan masyarakat yang harmoni antara organisasi dengan public intern dan public extern. Menciptakan kombinasi dua arah dengan penyebaran informasi dan organisasi kepada publik, dan menyalurkan opini publik pada organisasi. Melayani publik dengan menasehati pimpinan organisasi dengan kepentingan umum (Mukarom dan Laksana, 2015:11).

#### **1.4.2 Stakeholder Relations**

Modal merupakan salah satu faktor terpenting bagi suatu organisasi kekayaan seperti perusahaan. Besar kecilnya modal menentukan besar kecilnya perusahaan dan berpengaruh pula kepada usaha usaha untuk memperkembangkannya. Dalam hubungan dengan modal, pemegang saham tidak dapat dikesampingkan dari pemikiran seorang manajer dalam usahanya membina dan memajukan perusahaannya. Adalah kewajibannya untuk selalu mengadakan hubungan yang baik dengan para pemegang saham itu. Komunikasi dengan mereka dapat dilakukan oleh PRO, sebagai petugas yang sudah terbiasa dalam bidang itu (Effendy,2009:148-149).

Menurut Rhenald Kasali dalam bukunya Manajemen *Public Relation, stakeholder* adalah setiap kelompok yang berada di dalam maupun di luar perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan. *Stakeholder* berarti pula setiap orang yang mempengaruhi hidupnya pada perusahaan.(Kasali,1994:63 )

Seorang *Public Relations* haruslah tahu bahwa Kontak pribadi antara PR dan para pemangku kepentingan amatlah penting bagi hubungan yang baik. Komunikasi cetak tidak mendapat tempat pada kontak pribadi. PR sebaiknya mengungkapkan kepada para pemangku kepentingan kedua sisi dari kisah berita bisnis, baik yang buruk maupun yang baik. Komunikasi dengan para pemangku kepentingan sebaiknya mempertimbangkan ciri, sikap, dan kepentingan para mitra, seperti diungkapkan oleh penelitian-penelitian kepada para pemangku kepentingan yang saling berkesinambungan (Moore, 2004:373)

Sebuah perusahaan/Organisasi yang diberi izin untuk beroperasi di tiga negara bagian di Midwest telah menguasai 7.500.000 saham dari saham umum, di antaranya 6.081.500 belum diselesaikan. Perusahaan/Organisasi itu memiliki 758.434 saham dari 1.500.000 saham istimewa yang dikuasakan yang kini belum diselesaikan. Untuk dapat menghubungi para pemangku kepentingan, terlebih dahulu harus menjadi 112.986 individu dan kelompok. Adalah menjadi keyakinan *Public Relations* perusahaan bahwa para pemangku kepentingan mewakili khalayak yang tergolong penting. Jadi, bisa disimpulkan bahwa posisi para pemangku kepentingan sangatlah penting. Karena dapat mewakili khalayak yang juga tergolong sangat penting (Moore, 2004:383-384).

Suatu penelitian pada 183 perusahaan Amerika yang dilakukan oleh Opinion Research Corporation menyatakan bahwa kurang dari 20% perusahaan/organisasi yang ditanya telah melakukan penelitian terhadap para pemangku kepentingan untuk mengetahui ciri-ciri perilaku yang berpengaruh kepada perusahaan/organisasi. Dengan memahami khalayak para pemangku kepentingan secara lebih baik, maka berbagai masalah komunikasi bisa diselesaikan secara lebih mudah. Kelompok khusus para pemangku kepentingan dapat dipilih untuk komunikasi khusus, media komunikasi yang paling sesuai untuk dipakai, dengan bahasa komunikasi para pemangku kepentingan untuk disesuaikan dengan tingkat pendidikan dan perhatian khalayak (Moore, 2004:372)

PR juga harus mampu membina hubungan yang baik dengan para pemangku kepentingan serta mampu mengkomunikasikan hal-hal yang terjadi dalam organisasi atau perusahaan. Para Pemangku Kepentingan harus mengetahui perkembangan organisasi atau perusahaan secara transparan agar meningkatkan kepercayaan mereka terhadap organisasi atau perusahaan. Dengan demikian, keberadaan PR akan menghilangkan kesalahpahaman dan kecurigaan terhadap organisasi atau perusahaan.

Tujuan PR dengan para pemangku kepentingan di antaranya:

1. Untuk membangkitkan perhatian para pemangku kepentingan pada organisasi atau perusahaan
2. Menciptakan suatu pengertian yang lebih baik antara perusahaan dan stakeholder dengan komunitas finansial
3. Membujuk para pemangku kepentingan untuk memakai dan menganjurkan pembelian produk-produk perusahaan.
4. Mengurangi kritik para pemangku kepentingan dan oposisi yang diorganisir terhadap manajemen PR
5. Memantapkan pasaran untuk jaminan perusahaan
6. Meningkatkan prestise organisasi atau perusahaan

7. Mendapat kesetiaan para pemangku kepentingan untuk menjamin pengendalian operasi oleh manajemen
8. Memperoleh dukungan para pemangku kepentingan sebagai suatu sumber modal yang baru
9. Menciptakan minat investor baru dan meningkatkan modal tambahan
10. Mendapat rekomendasi yang baik dengan jaminan organisasi dari para penasihat investasi dan analisis jaminan
11. Mendapat dukungan para pemangku kepentingan untuk proyek-proyek PR. (Moore, 2004:366)

### **1.5 Definisi Konseptual**

Menurut The International Public Relations Association (IPRA) yang dikutip oleh Effendy (2006 : 20-21). Hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen dari sikap budi yang berencana dan berkesinambungan, yang dengan itu organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga yang bersifat umum dan pribadi berupaya membina pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada kaitannya atau yang mungkin ada hubungannya dengan jalan menilai pendapat umum di antara mereka, untuk mengorelasikan, sedapat mungkin, kebijaksanaan dan tata cara mereka, yang dengan informasi yang berencana dan tersebar luas, mencapai kerja sama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien.

Bentuk komunikasi terencana yang dibuat oleh PR, biasanya melalui kegiatan-kegiatan yang di fokuskan kepada *stakeholder*, bagi Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah para pemangku kepentingan ini (*stakeholder relations*) memiliki peran yang sangat penting dalam mencapai tujuan yang ada, walaupun begitu Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah tetap memberikan feedback bagi pemangku kepentingan.

Menurut Jefkins (2015:46) yang dikutip oleh Mukarom dan laksana “*Public Relations* adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berdasarkan pada saling pengertian”. Sehingga antara Palang

Merah Provinsi Jawa Tengah dengan khalayaknya harus mempunyai hubungan yang sangat baik agar semua tujuan bisa terlaksana tanpa hambatan apapun.

## **1.6 Operasionalisasi Konsep**

Kegiatan kehumasan yang dilakukan Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah yaitu mengembangkan hubungan baik dengan Pemangku Kepentingan dengan tujuan agar kerja sama yang sudah dilakukan Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah dengan Pemangku kepentingan berjalan secara continue. Humas disini melibatkan komunikasi dua arah antara instansi dengan para pemangku kepentingan, dengan ini humas berperan serta memahami apa saja kegiatan atau upaya yang dilakukan Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah untuk menjaga hubungan baik dengan para pemangku kepentingan. Contoh salah satu pemangku kepentingan yang akan diambil adalah Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (DINPORAPAR), Diukur dengan indikator sebagai berikut :

1. Usaha yang dilakukan Palang Merah Provinsi Jawa Tengah untuk membangkitkan perhatian Mitra
2. Kegiatan yang dilakukan oleh Palang Merah Provinsi Jawa Tengah untuk meningkatkan nama baik organisasi Palang Merah Provinsi Jawa Tengah.
3. Mendapat kesetiaan Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (DINPORAPAR) untuk menjamin pengendalian operasi oleh manajemen
4. Kegiatan yang dilakukan untuk mendapat dukungan dari Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (DINPORAPAR) sebagai salah satu pemangku kepentingan untuk kegiatan PR.

## **1.7 Metode Penelitian**

### **1.7.1 Tipe Penelitian**

Penelitian ini merupakan tipe penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif Kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang mnejadi

fokus penelitian, dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut. (Ruslan, 2004:213).

### **1.7.2 Subyek Penelitian**

Subyek penelitian ini yaitu Humas Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah dan Seksi Pengembangan Sumber Daya di Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah.

### **1.7.3 Jenis Sumber Data**

#### **a. Data Primer**

Data yang diperoleh secara langsung dari narasumber penelitian melalui wawancara secara mendalam (*in-depth interview*). Wawancara mendalam adalah proses pengumpulan data dengan cara menggunakan informasi hasil *interview* dengan informan yang pemilihannya didasarkan kepada orang-orang yang dapat memberikan informasi dan fakta aktual dengan berbagai aspek mengenai tema penelitian.

#### **b. Data Sekunder**

Data yang diperoleh dari sumber-sumber kepustakaan seperti buku-buku referensi, khususnya mengenai *public relations*. Informasi yang diberikan organisasi berkaitan dengan hal yang akan diteliti, ataupun situs web terpercaya.

### **1.7.4 Alat dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **a. Interview Guide:**

Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah *interview guide* sebagai pedoman wawancara terhadap narasumber yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang akan menghasilkan jawaban untuk mendukung penelitian. Alat bantu yang digunakan yaitu telepon genggam atau alat rekam lain yang dapat mendokumentasikan hasil wawancara.

b. Teknik Pengumpulan Data :

Wawancara

Wawancara adalah Teknik yang memilih kerangka-kerangka pertanyaan yang diajukan dengan tidak membiarkan pihak yang diwawancara untuk menjawab dengan bebas, tanpa membatasi waktu pembicaraan (Ruslan,2004:306). Kegiatan ini dilakukan untuk memudahkan pewawancara (interviewer) dalam mendapatkan informasi dari narasumber.

**1.7.5 Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan analisa kualitatif, yaitu analisa data yang pengujiannya dalam bentuk keterangan dan pembahasan teoritis yang bertujuan untuk memberikan paparan dengan menggunakan teori dan kenyataan yang terjadi berdasarkan data yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti. Sumber lain mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. (Bogdan dan Taylor dalam Moleong, 2002:3)